

Acest volum reunește comunicări prezentate în cadrul celui de-al treilea simpozion dedicat turismului integrat în România care a avut loc la Suceava în 22-24 iunie 2001, intitulat „Turism integrat – țara ceramicii Romania”. Seminarul „Calea fierului din Banat” a avut loc în octombrie 1999 la Reșița, cel intitulat „Calea lemnului” în octombrie 2000 la Baia Mare. Simpozioanele au fost organizate de Fundația „Friedrich Ebert” (FES), reprezentanța în România, care a finanțat și editarea prezentului volum.

Textele prezentate la simpozion în limba germană au fost traduse de Werner Kremm.

Ilustrațiile sunt realizate de Elke Sabiel, Martin Olaru, Petru D. Maxim, Horațiu Vornica, Ioan Mato și Werner Kremm.

Toate drepturile asupra prezentei publicații aparțin Fundației „Friedrich Ebert”, reprezentanța în România.

Cartea de față se poate obține, gratuit, de la Fundația „Friedrich Ebert” reprezentanța în România, 71434 București, str. Dobrotă nr. 5, tel./fax: 021 2304177

Coperta: InterGraf

ISBN: 973-97258-3-34

Editura InterGraf, Reșița
Tel./Fax: +40-(0)255-211300

Tiraj: 500 exemplare
Apărut: 2002

**FRIEDRICH
EBERT**
STIFTUNG

OLĂRITUL ȘI TURISMUL INTEGRAT

A 03 - 01992

**Editura InterGraf
Reșița, 2002**

Cuprins

Dr. Hans-Heinrich Rieser: CONCEPȚIA DESPRE TURISMUL INTEGRAT O CONTRIBUȚIE LA DEZVOLTAREA REGIONALĂ ÎN BUCOVINA.....	7
Horățiu Vornica: EXPOZIȚIA - FORMĂ DE PROMOVARE A CREAȚIEI POPULARE AUTENTICE.....	25
Angelica și Petru Maxim: CUCUTENI - O INTERPRETARE PERSONALĂ.....	35
Dr. Martin Olaru: CALEA LUTULUI BĂNĂȚEAN	43
Dr. Florentina Ittu: FAMILIA CORNEL SITAR - TRADIȚIE ȘI INOVAȚIE	73
Horățiu Vornica: CÂTEVA REPERE ALE OLĂRITULUI ROMÂNESC. REFLEXII PE MARGINEA SEMINARULUI DE LA SUCEAVA	77
Harald Rosmanitz: WESTERWALD - O REGIUNE DEFINITĂ PRIN CERAMICĂ	87
Aspecte din timpul Seminarului de la Suceava și din atelierele de olărit din Bucovina.....	111

Dr. Hans-Heinrich Rieser:

CONCEPȚIA DESPRE TURISMUL INTEGRAT

O contribuție la dezvoltarea regională în Bucovina

România parcurge o perioadă de depresiune și de stagnare economică provocată de procesul de transformare, care pare a nu se mai sfârși.

În acest proces, regiunile situate mai periferic par a fi lovite deosebit de puternic. Pentru a asigura o supraviețuire decentă a populației care trăiește tocmai în aceste regiuni, toate potențialele endogene ale regiunii dezavantajate în cauză trebuie descoperite, trebuie verificate și evaluate în privința tuturor posibilităților de utilizare pe care le ascund, le cuprind.

Se remarcă în acest context potențialele naturii, ale culturii, ale infrastructurii și ale economiei, în special însă ale oamenilor de la fața locului.

Nu se poate să ne gândim în acest context doar într-o singură direcție, trebuie avute în vedere interconexiunile dintre diferitele domenii; altfel spus, nu este permis să ne gândim doar la agricultură sau la turism, trebuie avut în vedere agroturismul.

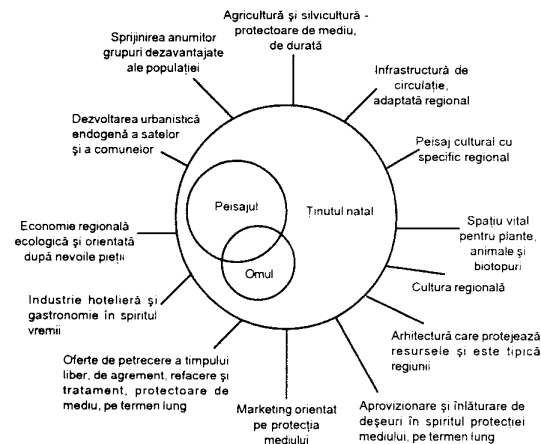
În domeniul turismului, cu toate fațetele sale, mai există extrem de multe potențiale neutilizate sau chiar nedescoperite ale acestor spații geografice. Ele trebuie descoperite, trebuie să fie puse în valoare. O importantă sarcină a dezvoltării regionale este fără doar și poate corelarea și interconectarea lor cu alte domenii și dezvoltarea lor sub forma unei palete integrate de oferte turistice. Având la dispoziție această paletă de posibilități realiste ale unor

oferte, trebuie începută căutarea cererilor. Firește că permanent trebuie să se facă re-conexiuni, să se facă un *feed-back* între potențialele existente ale cererilor și posibilele oferte create. În această procesualitate trebuie subliniate în special specialitățile regiunii, ceea ce are ea deosebit, ce o deosebește în mod esențial de alte regiuni.

Pe lângă diversitatea accentuată a monumentelor arhitecturale, în special cele cinci mănăstiri care fac parte din patrimoniul cultural mondial, una din „specialitățile” centrale și remarcabile ale Bucovinei este întregul domeniu al olăritului și al ceramicii. Acest domeniu oferă, pe două planuri, șanse economice și culturale. Un plan este caracterizat prin continuarea unei tradiții – modernizate și specializate – a producției manufacturiere de ceramică utilitară și artistică de tot felul. Un alt plan îl reprezintă olăritul și ceramica sub formă adiacentă de produs de nișă sau ofertă însoțitoare în cadrul turismului integrat.

Nu trebuie scăpată din vedere nici posibilitatea punerii la dispoziție a unor forțe de muncă de specialitate, din domeniul ceramicii și a olăritului, la un preț convenabil, pentru protecția monumentelor – repararea, restaurarea sau copierea unor exponate din ceramică sau lut din muzeele europene.

1. CONCEPȚIA TURISMULUI INTEGRAT SAU HOLISTIC



Turismul integrat, prin diversitatea sa, are menirea de a fi unul dintre cele mai importante motoare ale dezvoltării regionale.

Ca obiectiv trebuie să se realizeze includerea a cât mai multe ramuri economice – chiar dacă doar cu amănunte aparent ne semnificative – în așa fel, încât în regiunea respectivă să rămână cât mai mulți bani.

În cele ce urmează vom explica, pe scurt, acest concept de turism integrat sau holistic. Mă bazez în demersul care urmează

în special pe afirmațiile și foliile de proiecție ale domnului Peter Zimmer, director executiv al firmei Futour GmbH din München, cel care conduce „Forumul pentru Turism” al Cercului Economic Româno-German.

Dezvoltarea integrală sau holistică a unei regiuni

Înțelegem prin „holistic” încercarea de a cuprinde, prin această metodă, cât se poate de multe domenii ale vieții, ale muncii și ale economiei regiunii, dar care trebuie să țină cont și de efectele asupra mediului înconjurător, incluzând totodată cât mai multe și mai diversificate potențiale ale regiunii. În aceste demersuri, nu sunt importante doar domeniile de sine stătătoare, luate în sumă lor, alăturate, ci mai ales corelarea lor, efectul conjugat al implicării lor în demers, trebuie deci căutate posibilitățile influențării lor reciproce, a continuării și a completării lor reciproce.

Pentru a reuși, tocmai în regiunile mai sărace, mai dezavantajate, transpunerea a cât mai multor efecte ale punerii în valoare din punct de vedere turistic a unei regiuni, este nevoie de o metodă de lucru mai specială.

Regulile de bază sunt:

- **ceea ce este ieftin și convenabil primează în fața a ceea ce este scump;**
- **ceea ce este important primează față de lipsa de importanță;**
- **ceea ce se poate face imediat primează față de ceea ce ar urma să fie făcut mai târziu;**
- **ceea ce poți face cu forțe proprii primează față de ceea ce ar urma să fie realizat cu mijloace străine.**

Conceptele privitoare la turismul integrat văd în turism o parte a economiei unei regiuni și o posibilitate de a introduce în circuitul economico-social resurse regionale, care până la acea dată erau nevalorificate, prin metoda interrelaționării diferitelor ramuri economice cu activarea unor noi nișe turistice, în așa fel, încât ele să devină benefice pentru regiune. Sunt concepte care s-au aplicat cu succes în Apusul Europei, în special în spații geografice rurale, slab dezvoltate din punct de vedere structural, acolo unde o agricultură în declin primește noi surse de venit printr-o cerere turistică directă – „Vacanță la ferma țăranului”, de exemplu – sau indirectă – producția orientată spre cererea specifică a întreprinderilor turistice, producând și valorificând produsele specifice ale regiunii.

Astfel se crează noi surse de venit pentru agricultură, impulsionând producția indigenă.

Lucruri și efecte similare sunt previzibile și pentru meșteșugurile rurale, cum ar fi olăritul. O premiză pentru efectul benefic al acestor concepte este crearea unei cereri actuale și acceptabile, adaptată unei infrastructuri turistice și unei rețele locale și regionale alcătuită de subiecți activi pe tărâm economic, având ca bază inițiativa privată stimulată. Totul în corelație cu rețelele economico-sociale activate și în colaborare cu instituțiile administrative.

Relevăm în continuare câteva exemple, care doresc să ateste acest efect al influențării reciproce benefice. Se va vedea că și aspectele de mediu joacă un rol foarte mare. Un mediu ambiant intact, o natură sănătoasă și nealterată, corelată cu specificul regional – iată un potențial de bază extrem de important pentru turismul în general, dar în special pentru turismul integrat.

● **A munci și a locui:** Prin crearea unor structuri noi în turism se păstrează locurile de muncă existente și se crează noi locuri de muncă, de exemplu în domeniul meșteșugurilor, în agricultură, în comerț și în domeniul micilor manufacturi. Investițiile din turism promovează, în plus, meșteșugurile regionale (inclusiv prin nevoile de asanare ale construcțiilor vechi sau prin construirea unor obiective noi). Locurile de muncă astfel create sau păstrate se află de regulă în apropierea domiciliului.

● **Agricultură și silvicultură:** Agricultura și silvicultura profită în mai multe sensuri de pe urma turismului. Ele profită în mod direct, punând la dispoziție locuri de cazare („Vacanță la ferma țărânului“, „Vacanță la cabana din pădure“, „Concediu la țară“ etc.), prin servicii (catering, ghidaje, prezentare de animale domestice și sălbatice, prezentare de unelte agricole și silvice și a modului lor de utilizare etc.) și prin desfacerea unor specialități produse de către țăranii regiunii, respectiv prin desfacerea unor produse prin gastronomia regiunii sau direct către turiști. Indirect este aceasta și o modalitate de păstrare a culturii rurale, a culturii țărănești, deci implicit o modalitate de păstrare a identității regionale, timp în care agricultura și silvicultura păstrează intact și îngrijesc peisajul concediilor, unul din cele mai importante capitaluri ale turismului. Cultura rurală și identitatea regională, specialitățile țărănești și produsele regionale sunt importante elemente ale ofertei turistice vizate, dar sunt și elemente și criterii ale individualizării ofertei regiunii respective. Foarte utile s-au arătat a fi conferirea și controlul asupra folosinței unor mărci de proveniență și de calitate ale regiunii pentru alimente, băuturi și alte produse, care se produc în regiune după anumite criterii, respectate de către toți.

● **Circulație, trasee, zgomot:** Infrastructura de circulație joacă din multiple motive un rol important în cadrul turismului integrat. Pe de o parte, regiunea trebuie să poată fi vizitată ușor și trebuie să fie bine dotată cu o rețea densă de căi de circulație. Pe de altă parte, trebuie să existe o rețea de trasee suportabile de către spațiul geografic respectiv, deci trebuie să existe în cadrul acestei rețele spații de liniște, spații cu zgomot redus – în special în centrele aglomerațiilor urbane/rurale. O rețea densă de transport public, la prețuri atrăgătoare, bine coordonat mai ales prin corelarea orarelor și traseelor, va reduce volumul de transport/ circulație cu mașinile proprii și ar putea să fie o soluție tocmai pentru România, stimulând cererea internă privitoare la transportul public civilizat. Centrale de mobilitate (ghisee pentru turiști la toate garile și la toate stațiile autobuzelor, dar și la punctele de staționare/plecare ale traseelor interurbane private), tichete combinate regionale (valabile pentru mai multe trasee, zile și localități) precum și oferte de mijloace de transport combinate regionale (combinații între bilete de tren/vapor/autobuz, tren/ autobuz/autocar, tren/bicicletă de închiriat etc.) crează și înlesnesc posibilitatea cunoașterii regiunii din multiple unghiuri de vedere și pe diverse căi.

● **Comunicație:** Sistemele moderne de comunicație și de informație sunt o condiție preliminară importantă. Dacă nu există, ele trebuie să fie urgent create. În special prezența și accesul la rețelele de Internet și Intranet, dar mai ales accesul la sistemele de informare și rezervare turistică sunt de o importanță covârșitoare. În plus, regiunea trebuie să-și creeze un sistem integrat de supraveghere și coordonare a circulației, care să cuprindă toate sistemele și toți agenții de circulație și transport persoane.

● **Domeniul hotelier și gastronomic:** Domeniul hotelier și gastronomic sunt centrele infrastructurii turistice, fiind obligate să-și creeze o orientare a serviciilor după clienți (Peter Zimmer: „Râma nu trebuie să-i placă pescarului ci peștelui!”). Este necesar să se organizeze cursuri intensive pentru toți cei care lucrează în domeniul gastronomic și hotelier, dar trebuie aplicate și noi forme și metode de conducere a personalului. Pentru regiune trebuie create oferte paușale, orientate pe clienți, care să poată fi comercializate – dar și contractate – profesional. Trebuie să se creeze pachete de oferte cu cât mai multe posibilități de participare facultativă – ceea ce este și o posibilitate efectivă de verificare a ofertei, dar și de testare a orientării clienților. O „nouă” bucătărie regională, cu mâncăruri specifice, regionale, cu băuturi tipice regiunii, făcute toate din produse tipice regiunii sunt o premiză în plus pentru un succes turistic. Tot așa este necesar să se edifice sisteme cuprinzătoare de management al calității și al mediului.

Sistemele și colerările descrise dintre diferitele domenii de viață, muncă și ale economiei nu pot deveni operante într-o regiune decât dacă ele sunt dezvoltate pornind din regiune și de către regiune. Regiunea trebuie să fie zona portantă, spațiul determinant pentru funcționalitatea rețelei care urmează a se crea, o rețea care trebuie să se sprijine pe o identitate regională cât mai cuprinzătoare. Pentru Bucovina: identitatea unei zone cu munți de înălțimi medii, marcați de o economie silvică și de valorificarea lemnului, cu mănăstiri (viață spirituală) și cu o ceramică specială. Această identitate este deja puternic profilată și dispune de toate facultățile de a deveni o „marcă a regiunii”, care se poate promova înspre exterior. Iată în continuare câteva exemple, așa cum reies

ele din practica lui Peter Zimmer:

● **Spațiul natural:** Spațiul natural trebuie deschis turiștilor interesați, trebuie amenajat astfel, încât să le poată deveni accesibil. Pe de altă parte, fiind un important capital pentru acest fel de turism, spațiul natural trebuie păstrat cât mai intact, cât mai nealterat. Ofertele de turism în aceste spații naturale cât mai nealterate nu trebuie să strice spațiile vitale ale animalelor, plantelor, trebuie să lase intacte biotopurile – sau măcar să nu le influențeze negativ, înlesnind totuși turiștilor accesul la ele, observarea lor. Acest lucru se realizează prin „ghidajul inteligent al vizitatorilor”. Important este să se elaboreze informații cuprinzătoare despre spațiul natural și specificitățile sale regionale sau locale, dar și despre elementele de protecție a naturii. „Puncte de observație” – *view points* – centre pentru vizitatori, ghidaje cu conducere științifică prin anumite zone – delimitate – ale spațiului natural vizat sunt câteva soluții practicabile în acest sens. Trebuie elaborate și oferite grupuri de pachete speciale de oferte în această direcție, care să cuprindă elementele de mai sus.

● **Peisajul cultivat și așezările umane:** Pentru marea diversitate de elemente ale turismului holistic, specificitățile regionale sunt de o importanță deosebită. Peisajele cultivate și așezările umane joacă un rol esențial în acest mod. Arhitectura tipică regiunii și structurile urbanistice tipice sunt elemente importante ale ofertei regionale de turism. Turismul devine, în acest mod, un element central pentru protecția monumentelor. Păstrarea vechilor meșteșuguri și utilizarea unor materiale de construcții tradiționale, provenite din regiune, sunt totodată elemente ale promovării economice generale în regiune. Peisajul

cultivat rural este un element de marcare a regiunii ca ansamblu. Păstrarea sa este o obligație, dar este și o sursă de venit pentru silvicultură și agricultură. Accentul trebuie pus pe refacerea unei agriculturi (motane) practică pe suprafețe mici, cât mai naturală (evitând, pe cât posibil, chimizările de orice fel), agricultura tradițională a micilor țărani, a cărei venituri mai mici trebuie compensate prin calitatea produselor naturale, vândute la prețuri corespunzătoare. În plus, veniturile din turismul rural trebuie să aibă calitatea compensării veniturilor provenite din producțiile agricole diminuate benevol prin renunțarea la chimizare. În Bucovina trebuie păstrat cu orice preț peisajul cultivat specific, caracterizat prin peisajul cultivat montan, marcat de silvicultură și prelucrarea lemnului, cu toate elementele și fațetele adiacente, în care sunt amplasate mănăstirile la modul ideal.

● Tradiții, obiceiuri, multiculturalitate: Tradițiile și obiceiurile regionale, arta și cultura populară sunt, la rândul lor, importante elemente ale ofertei turistice. Ele trebuie păstrate, trebuie deschise accesului turistic, ferindu-le de masivele presiuni exercitate asupra lor (de cele mai multe ori tocmai din partea sferei turismului) în direcția unei posibile kitsch-izări, trebuie ferite de distrugere. O mare importanță acordăm în aceste demersuri asociațiilor și asocierilor pentru păstrarea tradițiilor. Ele păstrează și cultivă tradițiile și obiceiurile regionale, arta și cultura populară, care pot fi păstrate și prezentate atât băștinașilor cât și, într-o măsură crescândă, turiștilor străini – astfel se diminuează simțitor și pericolul unei kitsch-izări al folclorului, un pericol, totuși, permanent prezent. Manifestări tipice regiunii, prezentate într-o formă nealterată și nefalsificată, cultura gastronomică regională, bucătăria specifică locului, cultura mișcării regionale și în regiune

(participare la rugi/nedee, marile sărbători bisericești, hramurile mănăstirilor etc.) sunt totodată atracții turistice foarte mult cerute și gustate. Pentru Bucovina, diversitatea și numărul mare de etnii și grupuri etnice și conviețuirea lor relativ lipsită de fricțiuni sunt un alt element turistic valorificabil. Cu atât mai mult este valabilă această afirmație pentru ceramica utilitară specifică, dar și pentru arta ceramicii sau ceramica artistică, pe care le putem include fără probleme, chiar trebuie să le includem în oferta turistică a regiunii.

Pentru ca, utilizând acest concept al turismului holistic, să dezvoltăm oferte economice efective, specifice regiunii, și pentru a putea să și valorificăm aceste oferte, este nevoie de metode de lucru, de demersuri profesionale, practicate de branșa turistică pe plan mondial. Pe primul loc se află un marketing profesional, care să „laude” în mod prioritar regiunea ca o „destinație” pentru turiști, simțită de aceștia ca atare. Ofertele de calitate, cu un marketing profesional al evenimentelor și al tematicilor, trebuie să se concentreze asupra unor trăiri și participări la evenimente tipice regiunii, existente sau nou create. De utilitate s-a dovedit a fi concentrarea asupra afacerii de bază, asupra unor grupuri-țintă de bază și asupra unor nișe turistice atrăgătoare, cu obiectivul de a optimiza astfel conștient și fluxul turiștilor în perioadele/sezoanele slabe. Profesionalitatea tuturor celor implicați în aceste demersuri din regiune trebuie permanent ridicată prin școlarizare suplimentară, prin perioade de training, prin excursii de specialitate. În plus, toți cei implicați dintr-o regiune trebuie permanent să conlucreze intens, atât tematic cât și cu orientare pe grupuri-țintă, trebuie să renunțe la gândirea lor, elaborată în tunul de fildes al fiecărui actor în parte.

Dacă dorim cu adevărat ca prin turismul integrat să realizăm o dezvoltare regională durabilă, atunci prin el și pentru el trebuie păstrate și îmbunătățite calitatea spațiului natural și a spațiului cultivat, calitatea alimentelor produse în regiune, calitatea spațiilor de locuit și a locurilor de muncă, trebuie păstrată și ridicată calitatea vieții în general. Aceasta direcție de dezvoltare se asigură printr-o identitate regională ținută trează, prin menținerea și stimularea unei cereri după cât mai multe realizări regionale de cele mai diverse feluri, prin protecție prin utilizare (de exemplu în cazul monumentelor), prin substituirea unor transferuri din partea statului și printr-o intensă și inteligentă ofertare a produselor regiunii.

2. OBIECTIVE, MĂSURI ȘI STRATEGII ALE UNUI TURISM HOLISTIC

2.1. Obiective generale ale unui turism holistic

Există în primul rând o serie întreagă de obiective generale și de măsuri generale ale unui turism integrat, așa cum sunt aplicate de către firma Futour GmbH din München și cum au fost ele concluzionate de către directorul ei executiv, d-l Zimmer. Le vom prezenta în cele ce urmează, spre a putea fi adaptate, orientate și aplicate în și pentru situații speciale sau specifice.

Obiective cuprinzătoare și generalizate sunt îmbunătățirea condițiilor de viață și de muncă în România și o îmbunătățire

durabilă a imaginii României la țară turistică, a României ca obiectiv al călătoriilor turistice.

Pentru regiuni, obiectivul general este îmbunătățirea gradului de autopercepere și autoapreciere, stimularea inițiativei proprii în cadrul regiunii, crearea unor noi locuri de muncă și stimularea transferului de *savoir-faire/know-how*. Obiective generale pentru regiuni sunt și frânarea depopulării acestora/a unora dintre ele, în special stoparea plecării tinerei generații din regiune; îmbunătățirea situației de pregătire și de perfecționare, extinderea și dezvoltarea unor inițiative deja existente/pornite din diferite sectoare, focalizarea, concentrarea și coordonarea tuturor forțelor active ale regiunii și din exteriorul ei spre un obiectiv comun: dezvoltarea regională de perspectivă, orientată spre viitor. Alte obiective regionale mai sunt păstrarea intactă a mediului înconjurător și a valorilor culturale după principiul protecție prin utilizare, păstrarea și utilizarea meșteșugurilor regionale, a micilor manufacturi regionale, punerea în valoare a bucătăriei regionale specifice.

2.2. Obiective regionale specifice ale unui turism holistic în Bucovina

Pornim de la faptul că, după cum este bine-știut, în Bucovina există fără îndoială un potențial atrăgător al spațiului natural și al spațiului cultivat, care se pretează unor anumite ramuri turistice, dar că ele nu sunt valorificate – deci cât de cât dezvoltate – decât pentru turismul cultural, și asta doar în zona limitrofă mănăstirilor. În rest însă, potențialele existente nu sunt decât slab sau insuficient valorificate, iar spațiile și amenajările turistice suferă încă mult din cauza calității lor. Se neglijează în continuare partea

cererii turistice. Publicitatea și marketingul nu se fac deloc într-o formă eficientă. În plus, turismul din România suferă din cauza imaginii țării, care, în occidentul Europei, este în continuare mai mult negativă, dar nici în estul Europei și – ceea ce este deosebit de grav – chiar în interiorul țării lasă încă mult de dorit. Un efect deosebit de negativ îl are și azi faptul că în anii '80 turismul de pe Litoral a ajuns să fie total ruinat, Marea Neagră românească pierzându-și marca.

Obiectivul general al ciclului manifestărilor noastre sprijinite de fundația germană „Friedrich Ebert” este tocmai îmbunătățirea acestei imagini a României turistice.

Mai putem aminti câteva obiective suplimentare și specifice ale regiunii, atunci când promovează un turism holistic:

- **sublinierea posibilităților de utilizare a diverselor potențiale pentru diferite ramuri turistice;**

- **alcătuirea unui catalog prin care să se documenteze posibilitățile de transformare a potențialelor în oferte reale;**

- **elaborarea și crearea concretă a unor oferte-model pentru domeniile „Vacanță la ferma țaranului”, „Peisajul mănăstirilor și domeniul ceramicii în Bucovina”, „Calea sării Bucovina” sau „Bucovina, țara drumețiilor”, toate realizate prin colaborarea dintre întreprinderile locale pentru turism și oficialitățile locale;**

- **crearea și dotarea modelului unui Centru de Vizitatori și al unor „view points”. montarea și îmbunătățirea**

sistemelor de marcaje turistice, de indicatoare turistice, de panouri cu explicații pentru obiective relevante;

- **cercetare, prospectare în vederea găsirii altor grupuri-țintă și completarea unor chestionare referitoare la noi spectre ale dorințelor și pretențiilor turiștilor, ale grupurilor-țintă de mai sus;**

- **realizarea și, mai târziu, însoțirea unor campanii de publicitate pentru aceste oferte-model, cu concentrare asupra grupurilor-țintă care intră în discuție.**

Aceste obiective nu pot fi atacate toate în același timp, mai mult, ele în nici un caz nu pot fi finanțate concomitent. Drept este: cât mai multe obiective trebuie atacate de cât mai mulți actori/factori într-un timp cât mai concentrat. Dar recomandăm, măcar pentru început, următorul mod al unei strategii de selectare: dezvoltarea unor proiecte-model. care, apoi, vor sluji ca obiective de demonstrație pentru oaspeți, dar și pentru călătorii informaționale ale unor jurnaliști, pentru munca de *public relations*, pentru activitatea cu politicienii sau pentru câștigarea promotorilor întrale turismului. Motto-ul după care trebuie să se ghideze aceste activități și care trebuie să ajungă să devină operant mai ales în străinătate este: „Se întâmplă ceva în România, România avansează pozitiv, merită să-ți petreci acolo concediul!” Este un motto care are efect atât în străinătate cât și în țară. De aceea trebuie dezvoltate primele oferte conjugate pentru turismul de nișă: de drumeții, pentru ecoturism, pentru savurarea naturii și a artei, pentru cunoașterea oamenilor și a țării, pentru tururi gastronomice și de degustare a băuturilor, turism de sănătate.

2.3. Măsuri și trepte de lucru pentru crearea unui turism integrat:

Cele mai importante măsuri, stabilite de directorul executiv Zimmer, și puse deja în aplicare în zona Sibiului și a Timișoarei sunt:

- **inventarierea și analiza situației, de exemplu a infrastructurii, a resurselor umane, a elementelor temei „Peisajul mănăstiresc și al ceramicii numit Bucovina“ etc.;**

- **identificarea și evaluarea punctelor forte, ale punctelor slabe, ale șanselor și ale riscurilor regiunii ca ansamblu și ale diferitelor măsuri individuale (analiza SWOT);**

- **filtrarea și motivarea actorilor locali și regionali; convocarea unui „Forum deschis pentru turism“ și moderarea ședințelor acestuia; edificarea și întreținerea unor rețele locale, regionale și internaționale;**

- **elaborarea și satisfacerea nevoii de consultanță, organizarea unui transfer de *know-how/savoir-faire*;**

- **începerea cu un set de măsuri imediate, controlul însoțitor al pașilor individuali de transpunere în practică;**

- **analiza și controlul succeselor, atragerea de mijloace financiare, utilizarea lor în conformitate cu eficacitatea (scontată) cea mai mare, controlul eforturilor asupra utilizării eficiente a resurselor financiare;**

- **crearea unor agenții de incoming, unor alte agenții turistice (ex. Birouri de informare turistică asupra potențialelor și ofertelor regiunii).**

2.4. Măsuri și trepte de realizare pentru Bucovina:

Ca ansamblu, în Bucovina ar urma să se edifice o rețea de oferte descentralizate, care ar trebui să graviteze în jurul mănăstirilor, ele formând o constelație de centre. Li se adaugă diferitele obiective individuale ale olăritului, ale economiei silvice, forestiere și ale industriei lemnului, dar și din toate celelalte domenii ale potențialului turistic. Ca mod de organizare, toate aceste oferte individuale ar trebui să fie coordonate ori de către o asociație din domeniul economiei private, ori de o cooperativă turistică. Acest centru ar trebui să preia coordonarea marketing-ului și publicitatea - spre exterior -, de asemenea serviciile oferite (contabilitate, finanțări, consultații etc.) spre interiorul asociației/organizației/cooperativei, dar ar trebui să ofere sau să mijlocească și elementele de perfecționare, de școlire, de pregătire profesională. Tot acest centru coordonator ar putea avea sarcina să alcătuiască programe individuale pentru turiști, să elaboreze pentru ei oferte paușale cu conținuturi parțial variabile și/sau facultative.

Pentru crearea sistemului ar fi necesare consultații și consultări generale ale și cu specialiștii în turism și cu experți. Trebuie să se adauge acestora discuții interne ale celor implicați, care însă, după toate experiențele pe care le-am făcut până acum în România, se declanșează foarte greu și nu se finalizează întotdeauna. Al treilea lucru ce trebuie făcut este explorarea părerii călătorilor. Prin această procedură, anumite grupuri interesate

de călători sunt testați/chestionați referitor la obiective ale călătoriei de un fel anume, urmând ca la finele călătoriei respective călătorii chestionați să alcătuiască liste de propuneri, propuneri de trasee turistice, etc. Acest mod de operare a fost testat deja în România cu un succes remarcabil în cadrul ramurii turistice denumită generic cicloturism. Pe de altă parte ar trebui să se deruleze tocmai în rândul primilor călători care vin să testeze noul sistem niște chestionări foarte amănunțite, meticuloase, intense, pentru a aduna la fața locului cât mai multe date referitoare la dorințele și doleanțele turiștilor, referitor la minusurile ofertei turistice, dar și la avantajele ei. De rezultatele acestor chestionări trebuie apoi ținut cont în cadrul demersurilor ulterioare, atunci când se alcătuiesc oferte, când se diversifică ofertele.

Alte lucruri de care este recomandabil să se țină cont:

- Crearea unui peisaj muzeistic descentralizat, protecția monumentelor prin utilizare;
- declanșarea unei ofensive de perfecționare în turism;
- cercetarea cererii de pe piața turistică, stimularea largirii acestei cereri;
- finanțarea proiectelor;
- interconectări, puneri în relație/rețea, largirea rețelei.

Horațiu Vornica:

EXPOZIȚIA - FORMĂ DE PROMOVARE A CREAȚIEI POPULARE AUTENTICE

Ideea unor expoziții de ceramică a apărut cu mulți ani în urmă din dorința de a trage un semnal de alarmă privind dispariția treptată a interesului față de creatorii populari și în mod deosebit față de ceramică.

Este de notorietate publică faptul că acest meșteșug popular și artă în același timp, în Caraș-Severin era practicat în peste 20 de localități, unde în general se produceau obiecte utilitare gospodărești, folosite la păstrarea și servirea alimentelor, a lichidelor, uleiurilor, etc.

Explozia materialelor moderne (aliaje metalice multiple, inoxidabile, plastici, etc.) a condus la diminuarea interesului



Aspect din expoziția de ceramică a Casei de Cultură a Sindicatelor Reșița



Ionică Stepan, ultimul olar activ din Caraș-Severin

față de obiectele de ceramică, fapt petrecut în cele mai multe centre de olari din România.

Caraș-Severinul este însă cel mai elocvent exemplu unde putem constata cu tristețe că din miile de olari de altădată astăzi putem vorbi de un singur olar, Ionică Stepan, care se apropie de 80 de ani (îi va împlini în 19 mai 2003) și care încă la ora aceasta nu putem afirma că are un urmaș de nădejde.

Iată de ce în urmă cu 5 ani de zile am încercat realizarea unei expoziții care să prezinte ceramica de Caraș-Severin, sperând că prin aceasta vom aduce și un reviriment în acest domeniu.

Vizitatorii au fost încântați de ideea acestei expoziții, dar am constatat că foarte mulți cunoșteau alte centre de olărit din țară și treptat am ajuns la concluzia că este o impietate față de ceilalți maeștri olari din România să nu aducem obiecte din creația acestora.

Desigur, lucrurile nu au fost simple, pentru realizarea unor ample expoziții a urmat o asiduă muncă de cercetare și documentare, astfel încât, de la o expoziție la alta am ajuns să cunoaștem temeinic toate centrele de olărit din țară, și pe olarii care, ca și Ionică Stepan, realizează o ceramică FĂCUTĂ TOATĂ PARCĂ PENTRU A FACE CINSTA UNOR EXPOZIȚII.

În prezent, instituția noastră realizează două mari expoziții de ceramică în fiecare an, prima în cadrul Festivalului „7 Zile - 7 Arte” în luna mai, iar cea de-a doua în cadrul manifestării de amploare „Reșița în zece dimensiuni”, în luna noiembrie.

Aceste expoziții, fie că s-au numit „Drumurile lutului”, „Câteva repere ale ceramicii românești la sfârșit de mileniu”, „Ceramica românească modernă și tradițională”, sau cea din mai 2002 „Umila oală de pământ”, au încercat să aducă ceramică din principalele centre de olărit ale României.

Toate exponatele s-au bucurat de un cadru ambiental plăcut, realizat de artiști plastici, prin folosirea unor prisme de case țărănești, a unor obiecte vechi din curtea gospodăriilor

(războaie de țesut, roți de car, greble și alte unelte, etc.) la acestea adăugându-se diverse garduri și ornamente din mesteacăn și o abundență de verdeață (primăvara cu flori și tufişuri specifice anotimpului, iar toamna cu brazi, coceni de porumb, bostani, tulei de porumb atârnați pe prispe, etc. etc.)

Aceste expoziții sunt din ce în ce mai apreciate de reşițeni și de la un an la altul încercăm să aducem obiecte de certă valoare din domeniu.

Greutățile sunt multiple. Pe lângă marile satisfacții avem uneori și motive de amărăciune. Un exemplu ar fi Marginea-Suceava, localitate în care cu 30 de ani în urmă se putea vorbi de peste 1000 de olari care creau îndeosebi vestita ceramică neagră venită din vremuri dacice, ceramică ce a dus faima României în toată Europa. Astăzi, la Marginea-Suceava mai există doar două familii, Magopăț și Pașcaniuc, care realizează încă adevărate bijuterii din ceramică, în ceea mai mare parte decorative.

Dealtfel, unul din motivele dispariției masive a olarilor a fost acela că foarte mulți s-au cantonat doar la executarea unor obiecte cu caracter utilitar-gospodăresc, care sunt folosite astăzi în mai mică măsură, fără a aborda curajos executarea obiectelor cu caracter decorativ.

Din acest punct de vedere centrul care și-a reorientat rapid creațiile este comuna Corund din județul Harghita, unde aproape întreaga localitate, câteva mii de suflete, se ocupă de ceramică. Este foarte adevărat că mai bine de jumătate dintre locuitorii comunei au renunțat treptat la executarea de obiecte de ceramică ocupându-se îndeosebi cu comercializarea acestora.

Cei care produc astăzi la Corund ceramică au ajuns la un grad mare de specializare, ocupându-se fiecare de o anumită categorie de obiecte, pe care în timp au constatat că dintre sutele de olari, ei le execută cel mai bine. Așa spre exemplu, familiile Márton Lőrincz și Márton Malnos, realizează obiecte din ceramică tratate cu baîș și diferite glazuri, care în final au diverse nuanțe de



Exponate din Corund

maro. Ei produc îndeosebi vase de la cele foarte mici, de 5-7 cm, până la vase enorme de peste 2 metri. Toate acestea sunt arse în cuptor o singură dată și în loc de zmalțuri se folosesc pentru luciu pelicule de lacuri și vopsele. Aproape toate au motive florale, sculptate pur și simplu în masa de lut înainte de coacere, gama lor fiind destul de mare. În afară de vasele amintite, coșulețe de diferite forme, sfeșnice, farfurii decorative de diverse mărimi, scrumiere, pușculițe, etc.

Există la Corund două familii de olari, Bartalon Imre și Simó Ignác, care realizează doar cănițe, îndeosebi de țuică, dar și de cafea și de vin de o calitate ireproșabilă, de obicei sculptate și acestea, dar de fiecare dată smălțuite exterior și interior în culori foarte atractive, albastru cobalt, verde de smarald, galben citron, brun roșcat etc.

Dintre cei care execută în Corund oale de sarmale se detașează total două familii care produc aceste obiecte de uz casnic din trei dimensiuni, Kovács László și Józsa Csaba.



Exponate din Corund

Imre István este specializat doar în ghivece de flori și blide.

Balázs Ferencz execută o gamă largă de obiecte (sfeșnice, olcuțe de iaurt, scrumiere, farfurii decorative), peste 50 de repere, toate pe fond alb cu decorul executat în albastru de Prusia.

Nu pot să închei lista acestor meșteri creatori fără să amintesc de numărul 1 în materie, este vorba de Józsa János, care execută o ceramică ce te duce cu gândul la porțelanul chinezesc; este un artist desăvârșit și pe lângă măiestria olăritului posedă și harul de a scrie versuri, încercând să scoată o revistă în care să-i publice pe creatorii locali.

Are în palmares câteva sute de obiecte, casa lui fiind

transformată într-o expoziție permanentă.

O zonă aproape la fel de prolifică în ceea ce privește realizarea ceramicii este cea de la Horezu, din Râmnicu Vâlcea, unde de asemeni putem vorbi de peste 100 de familii de olari.

Aici însă gama obiectelor executate este incomparabil mai restrânsă datorită faptului că pământul (argila) existent în zonă nu rezistă la foc, astfel încât obiectele rezultate sunt în proporție de 90% farfurii (cinere), de la dimensiunile cele mai mici și până la platouri, ele neputând fi realizate pe verticală, datorită celor enunțate anterior. Motivele sunt extrem de variate, de la „Cucoșul de Horezu”, care a dat și numele Festivalului și Târgului anual de ceramică ce se realizează aici în prima duminică a lunii iunie, și până la motivele care te duc cu gândul la fertilitatea solului, la binefacerile soarelui, la arborele vieții, etc.

Găsești o perpetuă concurență benefică, această ceramică fiind incontestabil de sorginte bizantină, transmisă din generație în generație, de la vechii olari aduși de Domnitorii



provinciei Țării Românești pentru decorarea Mănăstirilor.

Toată ceramica de aici este arsă de două ori în foc, prima dată efectuându-se „coacerea biscuit”, după care obiectul deja ornamentat este introdus în zmalțul lichid și apoi ars din nou la o temperatură în jurul a 1000 de grade.

Se impun aici nume sonore, întrucâtva urmașii demni ai vestitului și regretatului Victor Vișoreanu, cu toții mult mai tineri decât acesta, dar care au dus în continuare faima ceramicii de Horezu în diverse țări ale Europei și în unele cazuri - dacă ne referim la loga Gheorghe - în Statele Unite ale Americii.

Tot în Oltenia găsim localități întregi în care ceramica este pe cale de dispariție. Olarii existenți sunt în vârstă, nu au urmași care să le continue arta iar instituțiile abilitate să sprijine creația populară, ne referim aici la Centrele de Conservare a Creației Populare în deosebi, manifestă un total dezinteres față de acești minunați creatori.

Putem înșira o listă mare a acestor olari pe cale de dispariție în localitățile: Glogova, Găleșoaia, Ștefănești, Cărbunești, Vîrtopu, Ciuperceni, toate din județul Gorj, Terpezia din județul Dolj sau Șișești din Mehedinți.

În Oltenia există încă o preocupare susținută a autorităților locale din Balș în județul Olt pentru ceramica executată de olarii din Română și Oboga. Aici însă, deși numărul olarilor este destul de numeros, doar două familii se ridică la nivel artistic ridicat și anume: fam. Ciungulescu și fam. Trușcă. Din păcate Mihai Trușcă s-a stabilit în Austria și cei care țin stindardul acum sunt Ciungulescu-tatăl și Ciungulescu Marin-fiul. Pe aceștia doi poți să îi consideri numărul 1 în acest centru, după care lași nouă locuri libere și la numărul 11 îi cataloghezi pe ceilalți olari care se mulțumesc a realiza o ceramică sub mediocru pe care o vând în deosebi în piețele din Craiova.

Aproape la fel se poate spune și despre ceramica din nordul Transilvaniei, din Baia Mare, care este definită prin două nume foarte sonore, familia Bleda și familia Sitaru, care duc

încă faima ceramicii din această zonă spre Marcel Colibaba și Marin Colibaba din Rădăuți, care realizează o ceramică „DE CUTI”, în interpretare personală sau despre artistul plastic olar Ion Maxim din Dorohoi, județul Botoșani, care încearcă să reînvie ceramica vestită „DE CUCUTENI”.

Ar trebui să spunem câteva cuvinte și despre obiectele frecvente în expozițiile noastre din Baia Mare sau din Obârșă-Hunedoara sau din Vama-județul Satu Mare, sau din Vadul Crișului și Lehecenii-județul Bihor, zone însă mai puțin cunoscute în profunzimea de colectivul instituției noastre.

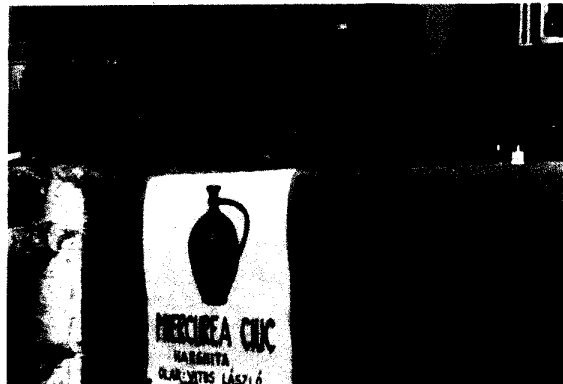
Nu putem să încheiem fără a reveni în județul Harghita, de data aceasta la Miercurea Ciuc, unde familia László și



Veronica Vitos au transformat această activitate într-o adevărată industrie, ei folosind utilaje super perfecționate care le dau posibilitatea creării unor obiecte de o finețe de neegalat, folosind drept inspirație vasele și amforele romane, realizate în specificul acestora cu o ceramică nezmăltuită roșietică, dar și pe cele de proveniență dacică, pe care le realizează pe un fond negru cu ușoare decorațiuni, cea mai mare parte turnate în forme și în

mică măsură folosind tradiționala roată a olarului, reușesc să se impună tot mai mult în fruntea ceramiștilor români.

În ceea ce ne privește, încercăm să mergem pe două căi diferite, pe de o parte ceramica tradițională realizată sub bagheta lui Ionică Stepan, și ceramica modernă turnată în forme, realizată de artiști plastici ceramiști în cadrul cercului Unicat, unde s-au



obținut succese remarcabile, dar suntem încă într-o fază continuă de căutări și perfecționări ale metodelor și mijloacelor folosite ale coloranților și combinațiilor de caolin cu argilă. Într-un cuvânt, cu convingerea că suntem pe un drum ascendent, ne străduim să ajungem la performanța dorită.

Angelica și Petru Maxim:

CUCUTENI - O INTERPRETARE PERSONALĂ

"Pentru noi, olăritul este mai mult decât un meșteșug, este ARTĂ – o ceremonie însoțită de un RITUAL- CALEA LUTULUI (pregătirea lutului, modelarea vaselor, decorarea și arderea) însoțită de semne și simboluri sacre, primitive – formele vaselor și cromatica rămân pentru noi o parte din viața noastră, o muncă grea, dar frumoasă"

Începutul culturii "CUCUTENI" este situat în preajma datei de 3600 de ani î.e.n. Evoluția organică a culturii "CUCUTENI" s-a desfășurat pe o perioadă de aproximativ 700-800 ani. Am fost atrași de formele vaselor, elementele grafice și cromatica unice și inconfundabile, specifice culturii "CUCUTENI". Vasele, de la cele de folosință casnică până la vasele folosite în ritualuri religioase sunt purtătoare de semne și simboluri sacre. Astfel, în combinația grafică folosesc cele șapte semne și simboluri primare: SPIRALA – simbolizează energie COLOANA – tendința spre înălțimi



UNGHIU – viața îndestulătoare
 ROMBUL – fertilitatea solului
 HAȘURA – întindere de apă
 CERCUL – simbol al regenerării
 SEGMENTE GEMENE – dualitatea



În ce privește partea cromatică

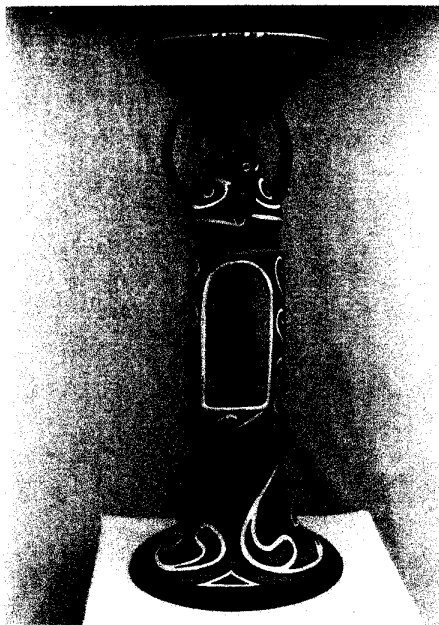
ALBUL, NEGRUL și ROȘUL rămân neschimbate. Nu urmăresc să lucrez reproduceri, ci trec prin interiorul ființei mele această zestre lăsată de acești mari creatori – creația mea este o INTERPRETARE PERSONALĂ, după cum simt și trăiesc - dar după mii de ani, într-o altă lume, străină lor, dar, în același timp, alături de ei. Condițiile sociale și grija traiului zilnic nu îmi permit



să studiez și să lucrez această ceramică atât cât îmi doresc, pentru a-i reda strălucirea și frumusețea așa cum o simt, dar sper că îmi voi permite într-o zi. Pregătirea lutului, modelarea, decorarea și arderea fac parte dintr-un RITUAL, pe care olarul îl respectă cu grijă, fiecare vas trecând prin acest procedeu. Focul încheie această ceremonie îmbinând spre desăvârșire munca olarului și viața vasului, făcându-l



să reziste mii de ani. Vasele mari le lucrez în aceeași tehnică - a sulurilor de lut, tehnică folosită în obținerea vaselor din acea perioadă a istoriei (epoca neolitică). Un vas poate fi modelat în trei până la șapte zile, în funcție de complexitatea vasului. Pictura se aplică pe vasul nears, urmând ca fixarea culorilor să se facă prin ardere la o temperatură de 960-1100° C. Alegerea elementelor



grafice se face în funcție de formele vaselor – cromatica rămâne neschimbată (alb, negru și roșu).

Cât roata olarului se va învârti, vom fi mai bogați în sufletele noastre.



PETRU D. MAXÎM -
Născut 13. 06. 1963

1982 - Absolvent- SECȚIA
CERAMICĂ - Sighișoara
1993 - Absolvit ȘCOALA
DE ARTE - Botoșani

ANGELICA MAXÎM -
Născută 28. 06. 1965

1983 - Absolvit SECȚIA
CERAMICĂ – Cluj-Napoca

1983 - Simpozionul Național de Ceramică - Baia Mare
1989 - Consfătuirea Ceramiștilor Proiectanți - Baia Mare
1990-1994 - Executat lucrări decorative interior și exterior



(mozaic, moduli decorativi, sculptură) - Biserica Creștină
Baptistă - Dorohoi

1995 - Târgul de Ceramică Românească - Rădăuți

1996 - Membrii ai Asociației Creatorilor Populari din România
Târgul de Ceramică Iași, Rădăuți, Sibiu, Cluj-Napoca

1997 - Târgul de Ceramică Iași, Rădăuți, Sibiu, Suceava, Cluj-
Napoca

1998 - EXPOZIȚIE PERSONALĂ (împreună cu copiii Cătălina
și Adrian) - organizată de Muzeul Civilizației Populare Tradiționale
"ASTRA" Sibiu (24 Aprilie - 30 Mai)

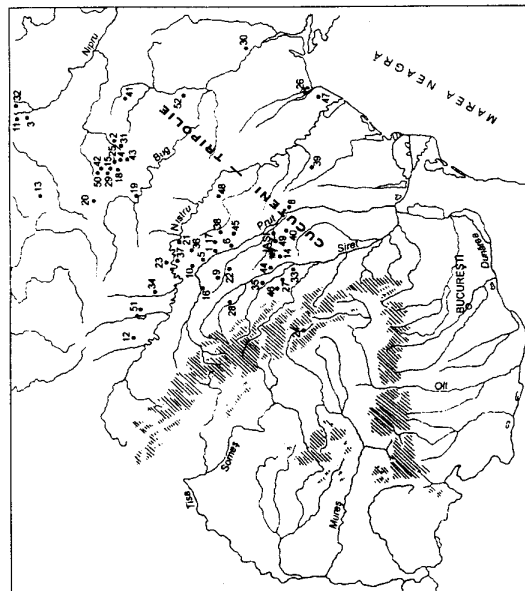
-Târgul de Ceramică Iași, Rădăuți, Suceava, Sibiu, Cluj-Napoca

1999 - Târgul de Ceramică Iași, Rădăuți, Rîmnicu Vîlcea, Sibiu
Suceava, Cluj-Napoca.

2000 - Târgul de Ceramică Iași, Suceava-Putna, Cluj-Napoca.

2001- Târgul de Ceramică Iași.

1 - Bailești
2 - Bistrița
3 - Botoșani
4 - Căminari
5 - Căminari
6 - Căminari
7 - Căminari
8 - Căminari
9 - Căminari
10 - Căminari
11 - Căminari
12 - Căminari
13 - Căminari
14 - Căminari
15 - Căminari
16 - Căminari
17 - Căminari
18 - Căminari
19 - Căminari
20 - Căminari
21 - Căminari
22 - Căminari
23 - Căminari
24 - Căminari
25 - Căminari
26 - Căminari
27 - Căminari
28 - Căminari
29 - Căminari
30 - Căminari
31 - Căminari
32 - Căminari
33 - Căminari
34 - Căminari
35 - Căminari
36 - Căminari
37 - Căminari
38 - Căminari
39 - Căminari
40 - Căminari
41 - Căminari
42 - Căminari
43 - Căminari
44 - Căminari
45 - Căminari
46 - Căminari
47 - Căminari
48 - Căminari
49 - Căminari
50 - Căminari
51 - Căminari
52 - Căminari
53 - Căminari



Harta cu localizările complexului cultural Arhiepiscopiei Ortodoxe Răsăritine - Tipografia de la Sibiu



Dr. Martin Olaru:

CALEA LUTULUI BĂNĂȚEAN

Din marea varietate a meșteșugurilor populare românești, cel al olăritului constituie un important domeniu al culturii materiale, ce a apărut din necesități economico-sociale, determinat de anumite condiții ale spațiului geografic românesc: pământul (solul) - materia primă - de o anumită structură pedostratigrafică, restrictivitatea în practicarea unor anumite ramuri ale agriculturii sau a altor meșteșuguri în zona Dealurilor Bănățene, existența unei piețe de desfacere a acestor produse. Olăritul s-a perpetuat peste veacuri prin transmiterea acestui meșteșug din generație în generație¹, prin specializarea unor sate întregi în Banat,

provincie istorică românească cu o dezvoltare economică timpurie și mai puternică în comparație cu alte provincii din țara noastră, unde în regiunile de deal și munte industria era mai dezvoltată decât agri-cultura.



Olăritul, ca gen al culturii populare, în Banat are vechi tradiții în mai multe centre, unele active, altele cu activitatea întreruptă sau încheiată. Activitatea ceramică ilustrează

de fapt toate etapele istoriei și toate caracterele culturii, este o categorie cu multe valențe, devenind un obiect multifuncțional în cultură și civilizație, o invenție tehnică, un act de cultură și o operă de artă.

Simbolul miturilor facerii și fertilității - lutul - care prin modelare și ardere conturează rituri, obiceiuri, anumite practici de cult, sau moduri de viață, realități tehnice și etnice, virtuți artistice, într-un permanent progres. Vasul de lut, atât în Banat, cât și în spațiul carpato-danubiano-pontic, însoțește firul vieții omenești de la naștere până la moarte, astfel ceramica populară bănățeană continuă olăria geto-dacă, cu influențe ulterioare de factură greco-romane sau bizantine².

În continuare ne propunem să prezentăm centrele cu vechi tradiții în practica olăritului din Banat, centre active sau stinse, unele devenind sate specializate în acest meșteșug: Biniș, Jupănești, Birchiș.

Centre ceramice: LĂPUȘNICU MARE

Lăpușnicu Mare este considerat un centru mai recent, însă pe cale de dispariție.

Lăpușnicu Mare, sat și centru de comună este situat în Depresiunea Almăjului, în Dealurile Bozoviciului și pe terasele din dreapta Nerei, o așezare rurală mare cu o populație de aproximativ 2000 de locuitori. Sub aspect morfologic este un sat compact, cu tendințe de alungire de-a lungul văilor și al căilor de comunicație rutieră. Ocupația de bază era agricultura. Olăritul se practica de un număr mai mic de locuitori la începutul secolului XX. Între cele două războaie mondiale în sat era un număr

însemnat de olari. În jurul anului 1940 mai lucrau 10 olari³.

Forme și funcționalitate

Executarea ceramicii tradiționale s-a datorat utilității, oalele fiind de o mare varietate funcțională, toate cu forme frumoase, îmbinând utilul cu esteticul, păstrând echilibrul proporțiilor și eleganța profilurilor⁴. Locul de unde se extrăgea lutul se numea Dealul Bobi, la o adâncime de 1-2 m. După uscare era transportat cu carele la casa olarului, unde se prepara până devenea o pastă omogenă. Cu ajutorul roții olarului se modela pasta, apoi se decora și, după uscare, vasele erau arse în cuptorul de formă tronconică, înalt de 1,5 m. La bază aveau diametrul de 1,5 m, și la gură de 1m, construit din cărămidă nearsă, iar arderea dura opt ore și se făcea gradat. La cele smălțuite, cea de-a doua ardere mai dura trei ore⁵.

Gama produselor ceramice din acest centru de olărit o putem încadra în trei categorii de oale după, modul de utilizare: oale pentru prepararea și păstrarea hranei, vase pentru transportul hranei și piese mici și jucării. Astfel, s-au făcut blide, numite și străchini, cinere (farfurii) numite și taiere, formele plate de tipul străchinilor - cunoscute în ceramica daco-getă veche -, erau cu sau fără apucători laterale, sau cu buza întoarsă spre exterior. Alte tipuri de vase: raină, folosită la gătitul mâncării sau la fieritul laptelui; cipsiile rotunde se fierbeau sub țest, cele cu formă tronconică. Marea majoritate a vaselor - datorită funcționalității lor - aveau și capace, ce se executau cu multă îndemănare. Smălțuirea se făcea numai la anumite vase, mai ales la cele care se puneau pe foc, folosind culorile verde sau brun. Vasele utilizate

la prepararea mâncării și la transportul ei aveau capacități mai mari, până la 8 l sau chiar 15 l - deducem că familia respectivă era compusă din cel puțin patru membri -, oale cu profilul alungit și gura largă, însă aici apare un inconvenient la ardere, ocupând mult spațiu în cuptor.



Specific pentru Lăpușnicu Mare este acea oală numit găleată, cu o capacitate de 1-3 l, smălțuită integral sau parțial sau nesmălțuită, cu două urechiușe mici, prin care se lega o sfoară, utilizată la transportul mâncării la câmp⁶.

Ciupurile de răchie ce au o asemănare cu vasele bitranconice cu mânere de tip hallstattian, rotunjite, cu mânere orizontale, cu capac, smălțuite în culori vii, cu ornamente cu motive pictate sau în relief și de cele mai multe ori aveau înscris numele meșterului și anul execuției. Vasele de acest gen se încadrează în elementul de particularitate al centrului, acordându-i-se multă atenție atât în modelare, cât și în decorare cu ornamente⁷.



Ulcioarele, - cărcegele -, utilizate pentru transportul apei la câmp sau păstrarea ei la sălaș colibă sau stână pentru o zi

întreagă, aveau capacități variabile, până la 4 l, păstrând tradiția romano-bizantină în ceea ce privește elementele morfologice și decorul.

Alte tipuri de vase: untarul, solnițele, șolul, cărceguțe confecționate în funcție de utilități, fiind o ceramică funcțională.

Ornamentul oalelor era alcătuit din motive lineare bazate pe val, linii paralele și frânțe, motive vegetale și zoomorfe, simbolice, stropitul pe vasele smălțuite, pete verzi sau albastre.

Piața de desfacere o constituia satele din Valea Almăjului sau se vindea la târgul de la Bozovici, unde erau transportate cu care sau căruțe⁸.

În jurul Lăpușnicului Mare din zona etnografică Almăj, favorizat de existența lutului, acest meșteșug a mai fost practicat încă în trei sate: Mocerîș, Dalboșeș și Bozovici. O cauză obiectivă, extragerea și transportul lutului din hotarul localității Lăpușnicu Mare spre aceste sate a determinat dispariția acestui meșteșug⁹.



SASCA ROMÂNĂ, POTOC, SOCOLARI ȘI SLATINA-NERA

Sat aparținător comunei Sasca Montană, ceramica produsă în această așezare rurală continuă o tradiție dintr-un alt vechi centru de olari din Banatul de Sud, cel de la Ilidia, părere ce se bazează pe analogiile directe cu ceramica descoperită la Ilidia și care datează din secolele al VIII-lea și al IX-lea d.Ch¹⁰.

Olăritul s-a practicat și la Potoc, Socolari și Slatina Nera, existând puternice interferențe între cele patru sate din această zonă etnografică, iar ceramica produsă în aceste centre este una funcțională, utilă gospodăriei țărănești. Datorită interferenței între cele patru sate, nu se poate face o delimitare strictă a tehnicii, motivelor și culorii, unii olari au plecat dintr-o localitate în alta și continuând să practice meșteșugul olăritului în satul unde s-au stabilit. Astfel ceramica produsă în această zonă aparține unui singur grup cultural¹¹. Cel mai productiv centru cu ceramică din zonă și cu activitatea meșteșugărească cea mai îndelungată începând din a doua jumătate a secolului al XIX-lea - a fost Sasca Română. Intrând în declin, astăzi toate aceste centre sunt stinse.

Produsele se desfăceau la târgurile de la Sasca Montană și de la Oravița și Moldova Nouă. La Sasca Montană se ținea un târg mare anual în ultima vineri înainte de Sf. Petru sau săptămânal



*Oală de cimitir,
Sasca Română*

în fiecare vineri, și se venea cu marfă la târg atunci când se adunau un număr mai mare de oale și înaintea unor sărbători religioase mai însemnate.

Dintre cele mai reprezentative produse menționăm taierul, blidul, castronul, vâilingherul, frigarea, strecurătoarea, vâtraiul, oala de lapte, oala de fier, bătăniul, oala de praznic, chiupul de carne sau murături, bărdacul, cârceagul, buriul, oala îmbăierată, cazanul de răchie, plosca, plosca colac, joimărea, solnița, cucii etc.

Ornamentarea se făcea prin incizare sau pictare cu pensula, cornul sau prin stropire. Motivele cele mai des întâlnite sunt: crengile de brad, solar, etc., iar cromatica ceramicii nesmălțuite este roșu și alb, iar motivele sunt executate cu albeală: șiruri și



Cele două cuptoare de ardere ale lui I. Stepan, Biniș

puncte, linii și benzi paralele, linii oblice, intersectate de o dreaptă sau pătrățele, zoomorfe și antropomorfe, motivul ghirlandei sau al horei și unele inscripționate¹². În centrul de olari din Potoc, cromatica tipică este brun închis sau deschis pe alb¹³.

Arderea se făcea în cuptor de tip tranconic, cu grătar din metal, construit din cărămidă, lipit cu pământ, legat cu cercuri de fier, cu deschidere laterală și gură de alimentare¹⁴.

BINIȘ

Satul Biniș - cel mai vechi centru de olari din Dealurile Bănățene - despre care Barbu Slătineanu scrie că aici s-au produs obiecte din ceramică încă de pe la mijlocul secolului al XVIII-lea, înaintea Caransebeșului și a Lugojului, iar la 1930, în Biniș lucrau 280 de olari și erau 200 de cuptoare¹⁵, nu exista casă în care să nu fie un atelier de olari¹⁶. Satul Biniș este amplasat pe trei dealuri și trei văi: Dealul Bocșei, Valea Popii, Dealul Caselor, Valea Țiganilor, Dealul Mare și Valea Târnei, toate fiind cuprinse în subunitatea naturală a Dealurilor Doclinului sau Tirolului, de la vest de Munceii Dognecei.

Satul Biniș este sat aparținător comunei Doclin, situat la 5 km distanță de orașul Bocșa. Binișul este atestat documentar din anul 1345, iar acum are o populație de 905 locuitori (1992).

Materia primă se extrage din anumite locuri situate în jurul satului, pământul folosit de olari este de două culori: alb și galben. Pământul alb se extrage din locurile numite: Ogașul Cărărilor, de la adâncimea de 8-9 m și din galerii, Dâmbul Cărării, de la 5-6 m

adâncime, Ogașul lui Cucu, un organism torențial adânc de 8-9 m, dar cel mai bun lut alb se află în Dealul Bocșei, de o parte și de alta a șoselei Bocșa-Biniș, de la adâncime de 3-4 m sau 7-8 m.

Pământul galben - se folosește la smălțuirea vaselor (călăsăte), are în compoziție mai puțin nisip și mai mult oxid de fier și se extrage din râpa Valea Rea de la adâncimea de 1 m și din Dealul Moșului: coloranții (făburile) sunt naturali și industriali. Smălțul (călaiul) s-a aplicat pe vasele de ceramică începând cu primul deceniu al secolului al XX-lea, iar prin dubla ardere se mărea rezistența vasului și primea un aspect estetic.

Unelte folosite de olarii din Biniș în pregătirea pământului sunt: carlița sau trochița din lemn pentru transportul pământului, sita (săta) pentru cernut nisipul, secera sau coasa pentru tăiat în felii bulgărele de pământ (bușul), mașina de tăiat pământul





compusă din suport de lemn cu patru picioare, doi cilindri metalici ce se învârt spre interior acționați de roți dințate cu rulmenți. Mașina folosită la tăierea pământului a fost preluată - în perioada interbelică - de la olarii germani din jurul Timișoarei¹⁷.

În atelierul olarului, în fața ferestrei, este instalată roata de făcut oale. Roata este compusă din două discuri de lemn de nuc, unul mic în partea superioară, iar în partea de jos discul cel mare, ambele unite de un ax metalic. Acest ax, cu cele două discuri sunt montate într-o masă cu scaun. Cu ajutorul discului mare din partea inferioară a mesei, olarul învârt pe picioarele, imprimând o viteză roții, de la stânga la dreapta. În partea superioară a discului, olarul modelează cu mâinile vasul.

La modelarea lutului, transformându-l în oale, olarul se folosește de următoarele ustensile: pieptănul din lemn de carpen, fag sau

cireș, cu care modelează forma sau realizează valul; fusul din lemn de tei, cu ajutorul căruia se fac găuri la gura cârciogului (ulcior); curelușa cu care se face canalul pe mânușa ulcioarelor; potlogul din piele, ajută la finisarea buzelor, pana sau pensula pentru ornamentarea vaselor cu culori; bucată de sârmă - cu care se taie oalele de pe roată, hârbocul cu mozgală - strachină cu apă în care olarul își spală mâinile când lucrează la vase, în procesul modelării¹⁸.

Extracția pământului și prelucrarea lutului

Pământul se scoate în anumite locuri din hotarul satului de către olari, fie de la suprafață, dar de cele mai multe ori în urma săpării unor gropi de 7-8 până la 10 m adâncime. După ce pământul a fost scos din groapă și încărcat în căruțe (cocie), se duce la casa olarului.

Pământul este depozitat, apoi, în curtea casei, pe categorii, alb și galben, într-un loc împrejmuit cu nuiete. Se sortează de impurități, de pietrișuri, se cerne nisipul și pământul sub formă de buși se duce în atelierul olarului, unde se trece prin mașina de tăiat și se frământă, până când olarul constată că are rezistența pentru a putea fi prelucrat.

Doamna muzeograf în etnografie, Maria Petrovsky, a redat foarte clar momentele importante ale modelării unui vas - „oala albă românească de fiert”:

1. Olarul ia din „bușul” mare de pământ atât cât consideră el necesar pentru vasul respectiv. Îl bate în palme, trecându-l dintr-

o mână într-alta, până capătă elasticitatea dorită. Pregătește mai mulți astfel de „buși”, pe care-i așează alături.

2. Olarul ia un astfel de cocoloș și-l trânteste pe roată, după ce înainte a imprimat viteză roții cu picioarele. Își înmoaie apoi mâinile în „hârbocul cu apă” și udă pământul.

3. Strânge bușul cu ambele mâini pentru a-l centra și totodată îl și înalță. Apoi îl apasă în jos cu degetele mari și îl scobește puțin la mijloc.

4. Acum începe adâncirea formei cu cele două degete mari apăsând în interior, cu restul palmelor sprijinind din exterior vasul.

5. Imediat începe să înalțe și să lărgască vasul, să-i subțieze pereții: palma stângă, cu excepția degetului mare, o ține în interior, întinzând lutul (niciodată nu se află în interiorul vasului mâna dreaptă); mâna dreaptă, la exterior, urmărește cu vârful degetelor păstrarea aspectului rotund al formei.

6. Oala se unge iar cu apă și se dă forma gâtului: cu mâna dreaptă se apleacă pereții oblic în afară, în timp ce cu mâna stângă se apasă gâtul spre interior.



7. Se înalță și mai mult vasul, ținându-se degetele în poziția descrisă la punctul 5. Se folosește acum și „pieptănu”, apoi, ținându-se mâna stângă în interior pe fundul vasului, cu arătătorul mâinii drepte se curăță lutul din jurul vasului.

8. Se dă formă oalei, înălțând-l iar cu mâinile: mâna stângă în interior, în exterior mâna dreaptă urmărește mișcarea în sus a mâinii stângi, subțiuindu-se pereții.

9. Acum se face „burta” (pântecul) oalei: mâna stângă la interior, cu degetele îndoite, împinge în afară pereții vasului în partea centrală, în timp ce, cu dreapta, în exterior, se păstrează forma rotunjită a vasului. Dacă olarul consideră că e necesar, se finisează cu pieptenul și în interior.

10. Se face fundul vasului, curățindu-se din nou, de astă dată cu vârful piaptănelui, cu ajutorul lui trasându-se și un șanțuleț între vas și roata mică.

11. Urmează decorarea vasului cu „farbă”.

12. „Mănușă” (mănerul) se face după ce vasul e gata „fărbuit”. Se ia un „buș” de pământ în mâna stângă, cu dreapta înmuiată în apă întinzându-se lutul până se obține o fâșie lungă de câțiva cm, care apoi se taie de restul lutului între degetele mijlociu și arătător ale mâinii drepte. Mănușa oalelor de la Biniș se fixează fie din dreptul buzei, fie mai jos, niciodată supraînălțată, întotdeauna curbată în unghi drept. Pentru rezistență, la partea superioară a mănușii, între aceasta și peretele vasului se aplică un buton, iar la baza mănușii prin apăsare cu degetul rezultă o alveolă.

13. Vasul e desprins de roată, tăindu-se cu „drodul” fundul vasului, iar apoi se prinde cu palmele de partea inferioară și se așează pe poliță, la uscat.

Câteva operații în plus se execută la confecționarea unui

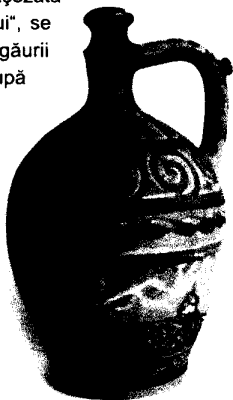
„cârceag”. Acesta are câteva elemente ce se cer realizate separat.

Mănușa cu țâță a ulciorului se obține astfel: până la un anumit punct se realizează la fel cu a celorlalte categorii de vase (vezi punctul 12); canalul mănușii se obține prin introducerea în lungul acesteia a unei „nojățe”, care la partea inferioară se introduce în peretele vasului găurit cu fusul. Peste „nojăță” se aplică o bandă îngustă de lut, care prin apăsare cu degetul se fixează de mănușă, după care nojăța se scoate, rezultând tubul.

Țâța, obținută din bucata de lut așezată inițial pe roată, cu ajutorul „fusului”, se fixează pe „mănușă”, în dreptul găurii lăsate după scoaterea nojitei. (după Maria Petrovsky, 1975, op. cit., pp. 145-147).

Mănușa cu țâță a ulciorului la Biniș se execută altfel decât la Jupânești sau Lugoj, însă tehnica executării oalelor este aceeași, ca și în alte centre de olari din Banat.

Ceramica de Biniș și a celorlalte centre din Banat continuă tradiția ceramicii greco-romano¹⁹. Dat fiind faptul că această ceramică este utilitară, formele s-au păstrat nemodificate de-a lungul anilor.



Cârceag bănățean

Analizând varietatea ceramicii produsă la Biniș, o putem grupa în 12 tipuri, fiecare cu mai multe subtipuri sau variante, după criteriul formelor și funcționalității.

Ceramica de Biniș se încadrează la două mari forme:

- forme întinse;
- forme de capacitate.

Tipurile de vase din formele întinse sunt: blidele (de cotoaroage sau piftii, de Moși după târgul Caransebeș, de Moși după Zorlenț, de mâncare, de servit masa de dimensiuni mari (botezuri, nunți), de „sprijonit” de dimensiune mare, cinerele de perete și pentru mâncare, cipsăile pentru „crumpei” (cartofi) de formă tranconică, cigăni cu fedeu și frigărele.

Dintre formele de capacitate menționăm: oalele de la 0,5 l până la cele de 20-30 l, cu gâtul scurt, gura largă și formă pântecoasă, nesmălțuite, fiind folosite la pregătirea hranei sau la păstrat. Oalele în care se pregătește hrana sunt: oalele românești pentru fiert, oală de Oravița tip românesc de 10 l, cu capac, oală de Oravița de tip nemțesc, oale nemțești de fiert de 5 l, de 1,5 l. Oalele pentru păstrat hrana: oale de lapte, oale de dus mâncarea la câmp, cu gura vasului împăturată, olcuțele pentru vin, apă, olcuța de Zorlenț, olcuța pentru Cârpa și Borlova. alte tipuri de ceramică făcute la Biniș: ciupul pentru păstrarea murăturilor și a cărnii peste iarnă, smălțuit și nesmălțuit; ciupa pentru apă; cârceagul (ulciorul) pentru dusul apei la câmp, cârciagul de izvor, sau pentru cârceguțul dat de pomană la copii la „cei 44 de mucenici”, bîrdacul pentru păstrarea „oloiului de la oloiniță”, ciupele pentru păstrat apa și care sunt duse spre zona Pustei bănățene, unde sunt vândute la cei din: Ciacova, Jebel, Deta, Gătaia; bîdăniul (untarul) are formă

circulară și este înalt, folosit la obținerea untului.

Se remarcă frumusețea deosebită a formelor și simțul proporțiilor pentru fiecare tip în parte.

Ornamentica

Decorarea ceramicii este simplă, ornamentul este dispus în benzi și, de obicei, situat pe umărul, gâtul și pântecul vasului și foarte îngrijit. Principalele ornamente sunt: brâul cu pământ lipit și călcat cu degetul. Acel brâu alveolar, cu o vechime considerabilă, se întâlnește în general pe oalele mari, unde întâlnim și două brăuri, care-i măresc rezistența vasului; șirul - aceea linie continuă albă și roșie, mai multe linii, întâlnită pe majoritatea vaselor; cocârlăul sau valul, motiv vechi; realizat cu pana în mai multe variante; pupii sau punctele albe și roșii pictate cu pensula, pestrițitura, stele sau stelute, motivul „brăduțului”, stropirea vasu-lui cu farbă albă sau roșie.

Smălțuirea se face după arderea vasului, după care se mai arde încă odată.

După ce oalele au fost modelate, terminate, ornamentele se pun la uscat timp de 4-5 zile vara, iarna mai mult, până la 7 zile.

Cuptorul de ars oale și-a păstrat din vechime forma



tranconică, fără vatră organizată, este zidit din piatră sau mai nou cărămidă crudă, cu două guri de foc, pe unde se alimentează cu lemne. Olarul zidește vasele de mărimi diferite în cuptor, vasele smălțuite se ard de două ori.

Vânzarea produselor se făcea în tot Banatul istoric, iar principalele drumuri ale olarilor binișeni erau următoarele:

1. Biniș - Caransebeș - Măru - Marga sau de la Caransebeș - coborau în satele din Culoarul Timiș-Cerna, până la Mehadia;
2. Biniș - Tormac - Jebel - Sacoșu Turcesc - Sânmihai - Timișoara, în perioada târgurilor mari, și apoi își continuau drumul pe la Biled - Satchinez - Sânpetru Mare - Sânnicolau Mare, era drumul de pustă al olarilor;
3. Biniș - Berzovia - Buziaș - Hiteaș - Lugoj - Făget - în timpul verii se mergea cu ocazia rugilor și a hramurilor bisericilor de pe acest traseu;
4. Drumul Oraviței: pe traseul Doclin - Grădinari - Oravița;
5. La Bocșa și Reșița - se mergea în zilele de piață, iar unii treceau peste dealuri și ajungeau la centrele miniere: Ocna de Fier și Dognecea.

Vânzarea oalelor se făcea pe bani în zonele de deal și munte, iar în zonele de câmpie (pustă) pe produse agricole. Pentru a evita concurența la nivelul comunității sătești de olari, aceștia se înțelegeau între ei în alegerea traseului și a tipurilor de vase ce erau solicitate în satele prin care treceau cu căruța încărcată cu oale. Cel mai cunoscut meșter-olar, care a dus tradiția acestui meșteșug și peste hotarele țării, care a păstrat nealterată forma și ornamentica vaselor este Ionică Stepan, născut la 19 mai 1923,

În Biniș. La numeroase concursuri interne și internaționale a obținut importante premii, recunoscându-i-se îndemânarea, priceperea, simțul artistic, păstrarea tradiției în acest meșteșug, iar vasele executate stau la loc de cinste în marile muzee etnografice, dar și în colecții particulare sau în decoul unor instituții.



În secolul al XVIII-lea a apărut la **CARANSEBEȘ** un centru de olari, mai înstărit, cea aveau angajați olari în atelierele proprii.²⁰ Se produceau vase smălțuite și nesmălțuite; cuptorul era tranconic cu vatră organizată sub acoperiș, printre olari se afla și o femeie - Alexandra Jucu, proprietara unui atelier de olari cu ucenici.

Tipurile principale ce vase produse aici sunt: blide cu două mânuși, oale de dimensiuni și capacități diferite, ulcioare, etc.

Lugojul - centrul ceramic de la începutul secolului al XIX-lea - cu produse de calitate superioară, atât artistic, cât și meșteșugăresc, fiind de un rafinament deosebit, putând fi folosit și în decorurile de interior. La Lugoj întâlnim vase piriforme, decorate cu linii frânte negre sau cu brâu alveolat.^{20a}

Centrele de olari din zona **Făgetului** în care s-a practicat această îndeletnicire sunt: **Jupânești, Făget, Balosești, Temeșești și Răchita**, în care s-a produs ceramică nesmălțuită.

Ceramica smălțuită a pătruns mult mai târziu în unele centre.

Satul **Jupânești**, situat pe Valea Vădaniei, la 12,5 km de orașul Făget, atestat documentar în anul 1514, cu o populație de 223 locuitori (1992), este singurul centru de olari activi din jurul Făgetului și din județul Timiș²¹. În sat se află o biserică de lemn „Cuvioasa Paraschiva” (sec. al XVII-lea), declarată monument de arhitectură și artă populară, de factură religioasă²². Jupâneștii este gazda unei manifestări cultural-artistice organizată în fiecare vară - **Vatră de olari** - cu expoziții de produse ceramice și serbări câmpenești²³. Lutul este modelat de către cei doi meșteri Ștefan Mesteacăn (născut în 1928), dintr-o familie de olari și Trandafir Velcu (născut 1928).

Ceramica de Jupânești se distinge prin câteva trăsături proprii: finețea pastei de culoare roșietică, decorul înscris numai cu roșu, eleganța formelor, iar cromatica vaselor smălțuite este galbenă, brună, verde sau gri-bej, decorate prin stropire și scurgere²⁴.

Olarii din Jupânești realizează următoarele forme: blide și tănieri cu corp tranconic sau ușor rotunjit și buza dreaptă; oale cu profil ovoidal, toartă redusă sau cu două toarte, de diferite capacități (de la 0,5 l la 50 l); oale cu pereții verticali și toarte orizontale; cratițe, vase pentru friptură alungite; ulcioare cu gura rotundă, cu corpul bombat, toarta tubulară cu „țâță” (cârcege); câni pentru apă legate de cultul morților și care se dau de pomană; ghivece de flori; pușculițe și câni mici.

Vasele de Jupânești după modul de ornamentare se împart în două tipuri: pictate și în relief, iar decorul pictat este și el de două

tipuri: smălțuit și nesmălțuit; cu forme geometrice ca valul, linia dreaptă, linia frântă și de culoare roșie; precum și decorul neregulat, ce se realizează prin stropire cu pensula sau cu degetele, specific vaselor smălțuite. Fondul smălțului este gălbui, iar stropi de nuanțe de brun și verde.

Decorul în relief se realizează cu degetul, brâul alveolar se aplică pe vasele mari, în una sau două șiruri și pe toate sau oblic, la baza toartelor, pentru a le mări rezistența.

Uscarea, arderea este cea obișnuită în Banat, în cuptorul de tip tranconic²⁵.

Desfacerea produselor se făcea la târguri sau pe sate, urmând diferite trasee:

- de la Jupânești - Făget -Dobra spre așezările din Culoarul Mureșului: Ilia, Zam, Săvârșin, Deva, Băița sau spre Balint;
- prin satele din zona Făgetului: Brănești, Bătești, Curtea, Românești, Tomești, Luncani;
- la târgurile de la Făget, Balint, Lugoj, Săvârșin și în ținutul Hunedoarei²⁶.

Orașul **Făget**, atestat documentar în 1548, cu o populație de 7722 de locuitori (1992), vechi centru de olari. În anul 1847, aceștia erau organizați într-o breaslă comună, împreună cu alți meșteșugari. Nici unul dintre olarii care au lucrat în secolul XX aici nu era localnic, unii erau refugiați din Bucovina de Nord în anul 1944, alt olar din Maramureș. Pieseile lor se află expuse în colecția Muzeului Satului și de Artă Populară din Timișoara sau la Expoziția permanentă de ceramică de la Jupânești. Culoirile

predominante în ceramică de Făget erau: brun, verde, galben și alb, cu motive geometrice, motive florale sau avimorfe. Marfa era vândută la târgurile din Făget și Lugoj²⁷.

Balosești (comuna Tomești), atestat în anul 1548, sat izolat, de vale, cu o populație românească. Olarii au învățat meseria alături de cei din Jupânești; materia primă o luau din Dealul Bisericii. Tipologia vaselor nesmălțuite se încadrează cu cea de la Jupânești, executând aceleași forme, decoruri și parcurgeau drumurile pentru vânzarea produselor împreună.

Temeșești - sat aparținând orașului Făget, față de care se află la o distanță de 5 km, are o populație de 614 de locuitori (1992), fiind atestat documentar din 1514. Centrele care au avut o influență hotărâtoare asupra olarilor din Temeșești au fost Jupânești și Lipova. Olarul Crăciunescu Vasile a fost dat să învețe meșteșugul olăritului la un călugăr în anul 1925, de la Mănăstirea Izvorul Miron de la Românești și care practicase această îndeletnicire la Lipova.

Cuptorul de ars oale era de tip tranconic, cu grătar de cărămidă fixat de 3-4 picioare și cu două guri de ardere; iar roata olarului era deosebită față de cele din Jupânești. Formele se apropie mai mult de centrul Lipova, asemeni și folosirea smălțului, într-o mai mare varietate cromatică: galben, alb, roșu, verde, negru, de asemenea și ornamentele sunt specifice acestui centru.

Produsele se desfăceau la târguri la Făget, Balint, Bethausen, Curtea, Dobra, Ilia, pe bani sau produse.

Unul din cele mai vechi sate de pe Valea Begheiului - **Răchita** (comuna Dumbrava), atestat în anul 1453, o așezare rurală mare, de tip adunat. Singurul olar care a lucrat o perioadă scurtă de timp, era originar din Moldova, modela vase smălțuite și nesmălțuite, care se deosebeau de cele de la Jupânești²⁸.

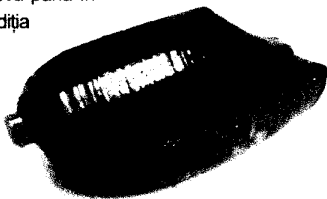
Lipova, oraș, stațiune balneară, situată pe malul stâng al Mureșului, prima mențiune documentară 1314-1315, iar Cetatea Lipovei ridicată între 1594-1597, populația 6566 de locuitori (1992).

La muzeul orășenesc din Lipova se află lada breslei olarilor, unde s-a găsit un document important - „Diploma de privilegiu pentru olarii din Lipova” -, în limba latină, semnată de Francisc I, împăratul Austriei, datată 1820, alături de un statut al breslei în limba germană; 2 sigilii (1820), protocoale etc.

Din documentele respective reiese faptul că în 1842, la Lipova erau 241 meseriași olari, iar la 1879 erau înregistrați 113 olari. Olăritul s-a practicat la Lipova până în 1970, apoi a fost reluată tradiția în anul 1980, de către Iosif Dorgoșan²⁹.

Ceramica de Lipova se desfăcea la târgurile locale sau în așezările de la Valea Mureșului, până la Arad, Pecica, Timișoara sau până la Szeged (Ungaria).

Birchișul - prima mențiune documentară în anul 1506 -, în 1786 avea 232 de familii, iar în 1922 avea 1527 de locuitori.



Cipsie de Lipova

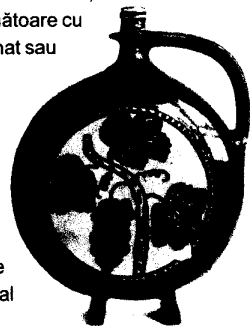
Materia primă - lutul - olarii din Birchiș l-au luat din Mănticul Mic (Făget) de la o adâncime de 1,50 - 3 m, huma albă era adusă de la Pietroasa - Crivina, iar oxizii de fier de la Pârnești, iar cei din Lipova foloseau lutul din Dorgoș, Ususău și de la Șistarovăț. La Lipova se executau: blide, oale mari pentru fiert, câni, vase pentru oțet sau murături, farfurii, vase lungi pentru fript carne, strecurătoare, cahle pentru sobe.

Ulcioarele jumătate smălțuite, blidele „cu pui de jmalț”, marile oale pentru fiert, nesmălțuite - constituiau emblema olarilor birchișeni³⁰.

Ceramică de Birchiș și Lipova este de uz casnic folosită pentru pregătirea și păstrarea alimentelor, pentru apă.

Prepararea lutului, modelarea vaselor, roata olarului, uscarea, cuptorul cu grătar, arderea, ornamentarea, pregătirea smălțului este asemănătoare cu a celorlalte centre de olari din Banat sau Bihor.

Olarii din Birchiș împodobesc vasele în culori calde, predominând galbenul, verdele, brun, roșu, cărămiziu stins, cei din Lipova - au aplicat culoarea verde sau brună, iar la cele smălțuite, procedura stropitului și al scurgerii în mari pete de culoare.



Ploscă de Birchiș

Formele cele mai frecvente în cele două centre de olari sunt:

vasele mari pentru fiert, bocalul, cârcegele birchișene cu corpul bombat, cănițe de lapte, vasele pentru dus mâncarea la câmp, vasele pentru murături cu forma sveltă, vasul „picătoare” de Lipova folosit la friptură, blidele cu diferite variante etc.

Diverse vase de ceramică cu o vechime considerabilă, le mai întâlnim și astăzi, doar sporadic, în unele gospodării țărănești în care au locuit câteva generații sau în unele gospodării parțial abandonate de generațiile mai tinere ce și-au ridicat case noi în altă parte a satului sau lângă casa veche părintească păstrată. Acolo unde se mai întâlnesc diverse tipuri de produse ceramice vechi ele nu mai au utilizarea inițială, fie au fost abandonate pe lângă anexele gospodărești sau una nesemnificativă. Locul lor este luat de vasele din producția industrială, vase emailate, inoxuri sau din masă plastică. Nici olarii nu mai merg pe sate să vândă oale, iar la târguri, în general cumpără cei din mediul urban, care le utilizează pentru fiertul sarmalelor sau la coptul cartofilor, dar cel mai mult se vinde ceramica pentru un decor interior în stil rustic.

În principalele muzee din reședințele de județ, municipii și orașe, dar și în muzeele sătești întâlnim o gamă variată și reprezentativă pentru centrele ceramice bănățene.

Piese valoroase de ceramică, reprezentând centrele de olari din Banatul de Montan, sunt etalate în expozițiile muzeelor: Muzeul Clisurii de Sus a Dunării de la Moldova Nouă, Muzeul sătesc din Bănia, cândva și la Muzeul Teatrului din Oravița, (era o expoziție de ceramică), Muzeul Școlar din Duleu (com. Fârlug), Muzeul Județean de Etnografie și a Regimentului de Graniță din Caransebeș: ceramică de Lugoj și din centrele din zona Făgetului sunt reprezentate în Muzeul de istorie al municipiului Lugoj sau

în Expoziția permanentă de ceramică de la Jupânești.

Ceramica de la Lipova și Birchis (jud. Arad) este expusă în Muzeul orașului Lipova, alături de documente valoroase și obiecte ce au aparținut breslașilor olari din Lipova. De asemenea, Muzeul Județean Arad găzduiește expoziții de etnografie în care sunt expuse și piese ceramice. Secția de Etnografie a Muzeului Banatului din Timișoara deține un număr însemnat de obiecte ceramice executate în toate centrele de olari din Banat, piese cu o vechime considerabilă, care ilustrează tradiția, arta și utilitatea acestui meșteșug, transmis din generații în generații în spațiul geografic bănățean multiethnic.

Calea lutului bănățean - produs turistic de marcă - în cadrul turismului românesc pune în valoare importanța acestui străvechi meșteșug, integrarea în circuitul turistic a muzeelor sau expozițiilor etnografice, care etalează piese din ceramică, valorificarea în magazine artisanale a produselor ceramice, revitalizarea unor centre de olari stinse prin cuprinderea lor itinerarii turistice tematice, în care turistul să ia parte la tot procesul tehnologic de modelare, ornamentare, ardere, desfacerea produselor la târguri din orașe și sate, în piețe, în stațiunile turistice sau la hramurile bisericilor din sate, servirea produselor gastronomice specifice locului respectiv în vase ceramice executate în aceste centre de olari, chiar și în stațiunile bănățene de prestigiu, precum Băile Herculane, Buziaș, Lipova.

Prin agroturism, turism rural, turism verde sau ecologic se pot revitaliza acele sate de olari cu activitate încheiată, acest meșteșug profilat pe produse artisanale și pentru servirea unor mâncăruri tradiționale românești și a etniilor din acest spațiu multicultural al Banatului, în vase de ceramică bănățene, mai ales pentru turiști străini.

Calea lutului bănăţean cuprinde toate centrele de olari în activitate sau în activitatea încheiată, muzeele cu specific etnografic, târgurile de peste an, folclorul, tradiţiile, obiceiurile, deoarece vasele ceramice sunt legate de viaţa poporului român, astfel, în trasee de latinitate se includ şi aceste aşezări cu vechi tradiţii în practica olăritului sau în rutele folclorice româneşti, germane (şvăbeşti), sârbeşti, ceheşti, caraşoveneşti (croate), ungureşti, ucrainene, slovace, etc.

Prin Calea lutului bănăţean se promovează un turism ecologic, de reîntoarcere la o natură curată, nepoluată, la mâncăruri tradiţionale, reîntoarcerea la origini, la mediul rustic, cu „veşnicia sa” şi la redescoperirea ceramicii, bănd apă de izvor din ulcioare, gătind şi servind mâncăruri gustoase în oale din lut, bănd vin în câni de lut, iată universul neexplorat a satului românesc, a satului bănăţean şi care nu este cunoscut pe piaţa turistică europeană şi mondială.

Turismul mondial, la ora actuală, caută noi pieţe, noi produse turistice unicat, secolul al XXI-lea va fi a unui turism ecologic, mult apropiat de natură sau de formele arhaice ale vieţii, căutând originile, modul ancestral de viaţă, într-un mediu natural nepoluat, într-o natură pură, curată, departe de stresul cotidian specific spaţiului urban.

Concluzii

Ceramica din centrele de olari bănăţene se remarcă prin decoraţie simplă şi bine proporţionată, prezentând interes etnografic, iar olarii stăpânesc un meşteşug de veche tradiţie, dovedind continuitate şi unitate în tehnici, forme şi ornamente.

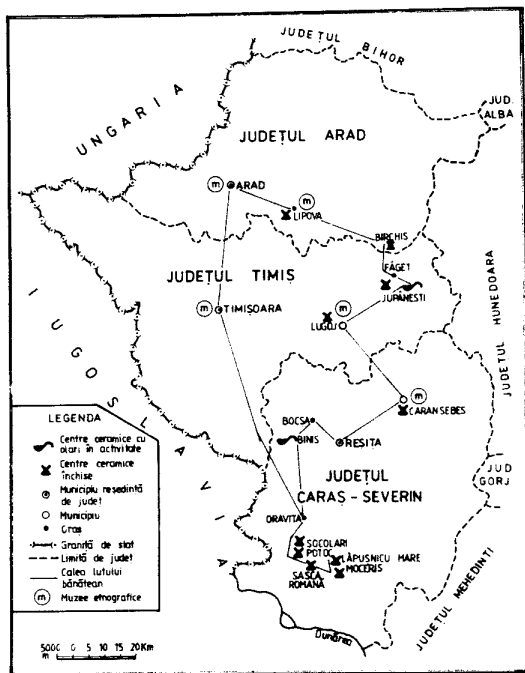
Olăritul se constituie în una din cele mai accesibile şi rentabile meşteşuguri, transmisă din tată în fiu, de la un olar la altul sau de

la o localitate unde se practică olăritul la alta.

Centrele puternice, specializate, de îndelungată tradiţie, cu toată concurenţa produselor industriale, a tendinţei de modernizare, au supravieţuit.

Itinerariul - Căii lutului bănăţean - porneşte din Timişoara - inima Banatului, cu vizitarea obiectivelor turistice: monumente de artă şi arhitectură. Muzeul Banatului cu secţia de Etnografie, Catedrala, Memorialul şi monumentele Revoluţiei din 1989, ansamblurile şi monumentele de artă şi arhitectură din centrul vechi al municipiului Timişoara - centru turistic european, apoi se îndreaptă spre Depresiunea Almăjului din Munţii Banatului, unde includ satele în care s-a practicat acest meşteşug al olăritului şi la Muzeul din Bănia, la Rezervaţia mulinologică de la (Rudăria) Eftimie Murgu, se merge în zona Oraviţa, la Sasca Română - Socolari - Potoc - în rezervaţia naturală Cheile Nerei - Beuşniţa, pe calea ferată unicat Oraviţa-Anina, la cel mai vechi Teatru Românesc din ţară (1817), în zona Dealurilor Bănăţene (Dealurile Doclinului) la Biniş - Bocşa - Reşiţa, Muzeul locomotivelor cu abur şi Muzeul Banatului Montan din Reşiţa - Caransebeş - la Muzeul Judeţean de Etnografie şi a Regimentului de Graniţă, la Lugoj - la Muzeul de istorie al oraşului, la obiectivele culturale, în ţara Făgetului - la Jupâneşti şi la fermele agroturistice din împrejurimi, la Lipova, la Muzeul din localitate, în staţiunea balneară, la cetate, la Mănăstirea Sf. Maria de la Radna, Biserica ortodoxă din Lipova, la Birchiş şi pe Valea Mureşului la Arad - vizitând Muzeul Judeţean, obiectivele culturale, monumentele de arhitectură şi artă (harta).

Grupurile de turişti străini pot să se reîntoarcă în ţările lor de origine prin cele două aeroporturi internaţionale: Arad şi Timişoara sau cu autocarul prin punctele de vamă din apropiere.



Note

¹Nicolae Dunăre, *Răspândirea satelor specializate în meșteșuguri populare pe teritoriul României*, în Căminul, 1967-1968, p. 34.

²Angela Lazăr, *Ceramica bănațeană dovedă de cultură materială a unei existențe mult milenare*, în: Analele Banatului, Etnografie. Serie nouă, Vol. 4, Muzeul Banatului, Editura Eurobit, Timișoara, 1998, p. 105.

³Florea Bobu Florescu, *Ceramica de la Lăpușnicu Mare*, în: Studii și Cercetări de Istoria Artei, seria Artă Plastică, tom. 12, nr. 2, București, 1965, p. 319-327.

⁴Violeta Blaj, *Forme și ornamente în două centre de ceramică bănațeană - Biniș și Lăpușnicu Mare*, în: Studii și comunicări etnografie - istorie, III, Muzeul Județean de Etnografie și Istorie Locală, Caransebeș, 1975, p. 173.

⁵Lidia Gaga, *Zona etnografică Almăj*, Editura Sport-Turism, București, 1984, p. 81.

⁶Violeta Blaj, op. cit., p. 177.

⁷Ibidem, p. 178.

⁸Lidia Gaga, op. cit., p. 87.

⁹Ibidem, p. 80.

¹⁰Liviu Mihăilescu, *Note caracteristice ale ceramicii din sud-vestul României, sesizate în centrele Sasca Română, Potoc și Socolari (Caras-Severin)*, în: Studii și Comunicări de Etnografie-Istorie, Muzeul Județean de Etnografie și Istorie Locală, Caransebeș, 1975, p. 113.

¹¹Octavian Popescu, Traian Popescu, *Forme ceramice inedite din zona Sasca Montană*, în: Tibiscum, Studii și Comunicări de Etnografie-Istorie, vol. VIII, Muzeul Județean de Etnografie și al Regimentului de Graniță, Caransebeș, 1993, p. 228.

¹²Octavian Popescu, Traian Popescu, *Ceramica din Sasca Română*, în: Studii și Comunicări de Etnografie-Istorie, vol. III, Muzeul Județean de Etnografie și Istorie Locală, Caransebeș, 1979, pp. 162-167.

¹³Violeta Blaj, *Tehnici de ornamentare a ceramicii populare din județul Caras-Severin*, în: Studii și Comunicări de Etnografie-Istorie, vol. IV, Muzeul Județean de Etnografie și Istorie Locală, Caransebeș, 1982, p. 10.

¹⁴Violeta Blaj, *Creatori populari contemporani din Banat. Olarii*, în: Analele Banatului, Etnografie, vol. I, Muzeul Banatului, Timișoara, 1981, pp. 163-166.

¹⁵Barbu Slatineanu, *Studii de artă populară*, Editura Minerva, București, 1972, pp. 172 și 327.

¹⁶Ibidem, p. 233.

¹⁷Maria Petrovsky, *Meșteșugul olăritului la Biniș (Caras-Severin)*, în: Studii și Comunicări de Etnografie-Istorie, Caransebeș, 1975, p. 142.

¹⁸Ibidem, pp. 143-144.

¹⁹B. Slatineanu, op. cit., p. 309; 349.

²⁰Maria Petrovsky, *Ceramica populară din Județul Caras-Severin*, în: Studii și Comunicări de Etnografie-Istorie, II, Caransebeș, 1977, p. 74.

²¹Angela Lazăr, *Ceramica bănațeană dovedă de cultură materială a unei existențe mult milenare*, în: Analele Banatului, Etnografie. Serie nouă, Vol. 4, Muzeul Banatului, Editura Eurobit, Timișoara, 1998, pp. 105-106.

²²Violeta Blaj, *Creatori populari contemporani din Banat. Olarii*, în: Analele Banatului, Etnografie, vol. I, Muzeul Banatului, Timișoara, 1981, p. 149.

- ²⁰D.Tomoni, I.G. Oltean, D.Mikostean, *Biserici de lemn din zona Făgetului*, 1991, pp. 15-16.
²¹A.Păuncu, *Țara Făgetului. Ghid turistic*, Editura Dacia Europa Nova, Lugoj, 2001, p. 65.
²²Violeta Blaj, Elena Grigorescu, *Zona etnografică Făget*, Editura Sport-Turism, București, p. 57.
²³Violeta Blaj, *Olăritul, vechi meșteșug în Zona Făget*, în: *Analele Banatului*. Etnografie-Artă, Muzeul Banatului, Timișoara, 1983, pp. 114-115.
²⁴Violeta Blaj, *Creatori populari contemporani din Banat. Olarii*, în: *Analele Banatului*. Etnografie, vol. I, Muzeul Banatului, Timișoara, 1981, p. 149.
²⁵Violeta Blaj, op. cit., 1983, pp. 115-117.
²⁶Ibidem, pp. 118-121.
²⁷Violeta Blaj, op. cit., 1981, pp. 146-149.
²⁸Adriana Petrica Onofrei, *Birchiș și Lipova, Vechi centre de ceramică bănățeană*, în: *Tibiscus. Etnografie*, Muzeul Banatului, Timișoara, 1975, pp. 160-161.

BIBLIOGRAFIE

1. Drinovan, Gh.: 1973, *Micromonografia Județului Timiș, geografică-istorică și economico-turistică*, Consiliul Popular al județului Timiș, p. 187.
2. Munteanu, I., Munteanu, R., 1998, Timișoara, *Monografie*. Editura Marineasa, Timișoara.
3. Roz, Al., Céza, K., 1997, *Dicționarul istoric a localităților din Județul Arad*. Fundația Universitară „Vasile Goldiș”, Arad.
4. *** 2000, *Datini și obiceiuri de primăvară în Banat*. Catalog de expoziție. Muzeul Banatului, Timișoara.
5. *** 2001, *Expoziția de ceramică*. Catalog. Muzeul Banatului, Secția de Etnografie. Timișoara.
6. *** 1995, *Ghid. Micromonografie a localităților județului Timiș*. C.J.T., Timișoara, 1995.
7. *** 2001, *Ghidul Județului Arad*. Consiliul Județean Arad, Agenția de Dezvoltare și Promovare Arad. Editura Migredo, Arad.

Dr. Florentina Ittu:

FAMILIA CORNEL SITAR - TRADIȚIE ȘI INOVAȚIE

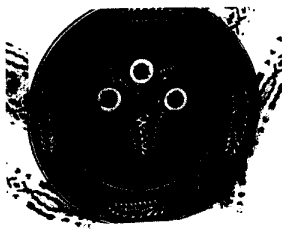
Printre olarii din Maramureș, meșterii familiei Sitar – Cornel, Liviu și Doina – ocupă un loc de onoare prin valoarea deosebită a ceramicii lor.

Născut la 20 mai 1949, Cornel Sitar și frații săi mai tineri Liviu și Doina fac parte din generația tânără de olari proveniți din această familie.

Începutul l-a făcut Petru Sitar, fiul unui miner din Cavnic, care a fost introdus timp de cinci ani în secretele acestui meșteșug și care, la doar 21 de ani, a obținut patentul de meșter. Începe astfel o cale lungă, pe care îl vor urma toți cei cinci copii ai săi, avându-l



în frunte pe fiul cel mai mare, Cornel, cel pe care îl lauda ca fiind și cel mai harnic și pe care te poți baza oricând, chiar și la necaz. Deoarece Cornel Sitar s-a născut în apropierea roții olarului, crescând pe lângă ea, soarta sa nici nu ar fi putut deveni altfel. A rămas în apropierea vechiului meșteșug al modelării lutului.



Acest lucru este dovedit de permanenta sa căutare a unor noi Forme și motive ornamentale, care însă nu se îndepărtează niciodată prea mult de tradiționalele forme și motive specifice Maramureșului, ceramicii tradiționale din zonele Valea Izei, Baia Sprie, Dămăcușeni, Târgu-Lăpuș, Băița-de-sub-Codru, Vama-Oaș, Tăuți-Măgherauș.

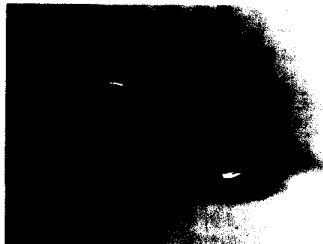
Cornel Sitar reușește astfel nu doar să umple din nou cu viață forme și motive care păreau de mult date uitării, dar reușește să-și creeze un inconfundabil stil propriu, original, care, încă de la primele sale participări la târguri, expoziții sau concursuri a atras atenția specialiștilor. Vasele de lut create de el sunt reprezentative pentru aproape toată zona Maramureșului: ulcioare de apă, câni de lapte, de fiert bucate, farfurii de tot felul, strecurătoare, blide, ulcioare, strachini, vase de băut de tot felul, ulcioare pentru diferite băuturi, ulcioare cu gât dublu sau triplu, cu strecurătoare, vase pentru condimente (de exemplu pentru frunze de pătrunjel uscate), cupe și pocaluri. Toate vasele sunt zmălțuite, dovedind măiestre combinații de armonii de culoare, prin utilizarea albului, roșului, galbenului, roșului cărămiziu, verdelui negricios sau cenușiu, a nuanțelor de maro sau, mai rar, de albastru.

Frumusețea vaselor de lut este completată de soția lui Cornel Sitar, Mărioara, și de cumnata sa, Angela, care le pictează cu pensula, cu cornul de picurat sau pictat, dar și cu degetul.

Ornamentele sunt geometrice (valul, spirala, linii curbate cu motivul soarelui, motive ale acului, linii în zig-zag, semicercuri), dar nici motivele animaliere (aripi, șarpele, cucul) sau antropomorfe nu lipsesc.

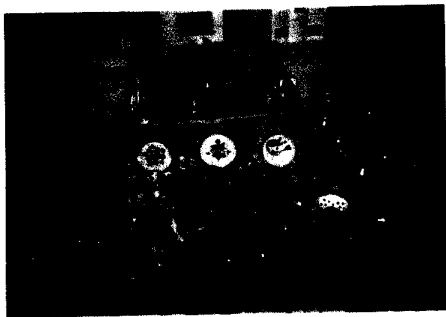
De numele lui Cornel Sitar se leagă și încercările de revitalizare a vechii ceramici ardelenesti a sașilor transilvăneni, așa-numita „ceramică de Saschiz”, zmălțuită cu un albastru de cobalt, care azi nu mai poate fi văzută decât prin muzee sau în colecții particulare. Din mai multe puncte de vedere, această ceramică zmălțuită în albastru-cobalt, modelată de Cornel Sitar, se află sub semnul originalității: a fost realizată după asidue și conștiincioase studii ale literaturii de specialitate și ale colecțiilor, după numeroase încercări practice, repetate, Sitar dezvoltându-și forme și motive și o tehnică de producere proprie. Acestea au și devenit definitorii pentru Cornel Sitar.

Formele ceramicii săsești din Transilvania, cunoscută și sub denumirea de „ceramică de Saschiz”, devin sub mâinile olarului din Baia Mare mai suple sau mai largi, devin chiar miniaturi, sau sunt îmbogățite. Apar în acest fel farfuriile de toate mărimile, câni,



ulcioare, etc. Motivele din lumea plantelor (laleaua, floarea soarelui, rodiile etc.) și motivele păsărilor (de exemplu vulturul), care sunt aplicate prin picurare sau cu cornul (sau punghă) de pictat - nu cu pânză, așa cum se

crede că a fost decorată ceramica săsească – conferă acestei specii a ceramicii un farmec aparte.



Pentru valoarea și originalitatea operei sale, Cornel Sitar a fost ales membru al Academiei pentru Arte Tradiționale din România.

Participările sale la târgurile de ceramică din Rădăuți, Iași, Sibiu, Horezu, Baia Mare, Oradea, Cluj, București etc. a fost răsplătită cu numeroase premii. Obiecte de ceramică modelate de Cornel Sitar se regăsesc în numeroase muzee și colecții particulare din țară și din străinătate.

Horațiu Vornica:

CÂTEVA REPERE ALE OLĂRITULUI ROMÂNESC

Reflexii pe marginea seminarului de la Suceava

Doresc mai întâi să adresez cele mai alese mulțumiri FUNDATIEI FRIEDRICH EBERT pentru inițiativa de a organiza seminarul regional „CALEA LUTULUI” și personal doamnei ELKE SABEL pentru faptul că am fost invitat să particip la această deosebită manifestare.

Pasiunea mea față de ceramică datează de câteva decenii, mai precis din perioada studenției, dar în ultimii ani am concretizat preocupările mele în acest domeniu prin realizarea, pe lângă Casa de Cultură a Sindicatelor Reșița, a unui

CENTRU DE CERAMICĂ ce are ca maestru pe vestitul olar IONICĂ STEPAN din Biniș, localitate aflată la mai puțin de 30 de

km de Reșița.



În județul Caraș Severin au existat mai multe centre de ceramică: Biniș, Caransebeș, Sasca Română, Sasca Montană, Cărbunari, Slatina Nera, Bozovici, Lăpușnicu Mare, Socolari, Ilidia, Mocerîș, etc.

Așa cum însă bine remarcă cercetătoarea Corina Mihăescu

de la Centrul Național de Conservare și Valorificare a Tradiției și Creației Populare, „cel mai reprezentativ dintre toate a fost și a rămas Binișul, sat aparținător comunei Doclin, despre care se știe că era specializat în meșteșugul olăritului încă din secolul al XVII-lea”.

Despre românii din Banat care lucrau ceramică vorbește o scrisoare a lui Francisc Grisellini - erudit și om politic italian aflat în slujba austrieilor, care a călătorit prin aceste locuri între 1774-1777 consemnând următoarele fapte: „Afară de ceea ce producea industria casnică a Valahiilor, țara nu posedă nici o altă industrie sau manufactură. Bărbații se ocupau cu confecționarea vaselor de bucătărie și a altor lucruri de olărie pe care ei și azi le mai furnizează”.

Cu tot regretul trebuie să constatăm că astăzi în județul Caraș Severin olăritul, acest meșteșug și artă în același timp, este pe cale de dispariție. Din miile de olari existenți în cele aproape 20 de centre, în care, cum plastic remarcă Ionică Stepan: „toți cei de parte bărbătească erau olari”, astăzi putem vorbi doar de un singur olar, Ionică Stepan.

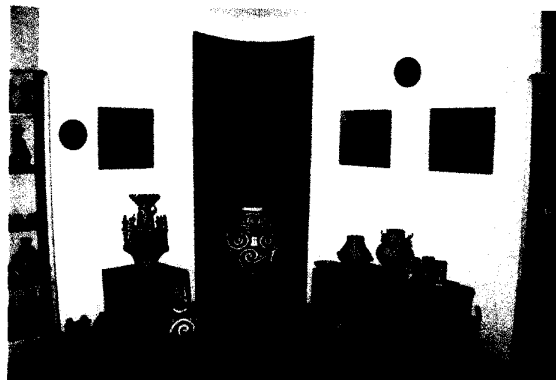
Acesta este principalul motiv pentru care încercăm din



răspuneri să revitalizezăm olăritul prin organizarea de cursuri intensive, prin expoziții, mese rotunde, etc.

I. Câteva elemente de referință privind începuturile și evoluția ceramicii.

Este de necontestat faptul că pentru mediul rural, ceramica a ocupat un loc foarte important. În trecut aproape toate vasele



Aspecte din Casa Olarului, Vama, Suceava

necesare pregătirii mâncării și păstrării lichidelor erau făcute din lut ars. Locul pe care ceramica îl ocupa în viața satelor românești se poate deduce și din mulțimea centrelor de olărit care se găseau și la scară mult redusă încă se mai găsesc pe întreg teritoriul țării noastre. Nu a existat regiune care să nu-și aibă centrele ei specializate de olărie. Și fiecare centru a produs o ceramică de anumite forme și decorată într-un anumit fel, potrivit cu nevoile și

gusturile populației din regiunea respectivă.

Și în Banat tradiția ceramicii este veche și strălucită. Dealtfel pe întreg teritoriul locuit de români s-a dezvoltat încă din neolitic o admirabilă ceramică. Este destul să ne gândim la ceramica de Cucuteni, cunoscută în toată lumea pentru formele vaselor și pentru splendida ei ornamentală și cromatică. Peste această străveche tradiție locală, care desigur că s-a transformat în decursul unei perioade de timp foarte lungă, s-au suprapus tradițiile nu mai puțin strălucite ale ceramicii meridionale, romane și grecești. Mai târziu, în ceramica românească au pătruns influențe ale ceramicii orientale de o splendoare coloristică de netăgăduit.

Începuturile olăritului se confundă cu începuturile existenței omului. Un mare cunoscător și pasionat cercetător al fenomenului ceramic, Ion H. Ciubotariu, remarcă: „dacă admitem că Adam a fost plămădit dintr-un boț de lut, atunci să corelăm Adam cu Adamus din ebraică, care în traducere înseamnă pământ roșu - argilă”.

În legendele românești, olarul este văzut de multe ori ca având puteri demiurgice iar meșteșugul de a-l fi primit de la Dumnezeu.

Lucian Blaga, vorbind despre olari, afirmă deosebit de simplu și frumos că ei practică meșteșugul acesta „de la începutul cel dintâi”.

Drumul parcurs de acest străvechi meșteșug artistic rămâne însă tulburător de lung și sinuos: de la cultura Vădastra până la misterioasele vase din civilizația CUCUTEIANĂ, de la olăria neagră austeră traco-dacică și până la ceramica policromă de origine meridională.

II. Ceramică utilitară sau artă decorativă?

În cele ce urmează încerc să susțin un punct de vedere personal privind declinul ceramicii pe plan național și îndeosebi în zona BANATULUI.



Surprinzător și esențial este faptul că olăria actuală din țara noastră păstrează nealterate elementele de continuitate. În același timp revenind la genericul acestui capitol se poate afir-

ma simplu că foarte multe centre puternice de ceramică au dispărut pentru faptul că s-au cantonat la ceramica tradițională cu caracter utilitar - gospodăresc.

Acest gen de ceramică însă este din ce în ce mai puțin solicitat datorită invaziei de obiecte de uz casnic din plastic, porțelan, metale și aliaje neoxidante.

Au rezistat și încă mai rezistă olarii ce s-au adaptat solicitărilor populației și au creat îndeosebi obiecte cu caracter decorativ păstrând autenticitatea formelor și a decorațiunilor.

Altfel, din gama largă de obiecte de utilitate practică, foarte puține mai sunt astăzi solicitate, dintre acestea evidențiindu-se îndeosebi oalele de sarmale (folosite mai mult în Banat, Ardeal și Moldova), blidele de diferite dimensiuni, cârcegele pentru apă, câniile de vin, halbe de bere, cânițe de țuică.

Chiar și aceste obiecte sunt folosite de către mulți orașeni

pentru decor, în mod deosebit spre a da un caracter rustic unei case de odihnă, case țărănești, alături de țesături, obiecte sculptate din lemn, blănuri etc.

În ce mă privește nu pot fi împotriva ceramicii cu caracter decorativ, cu condiția păstrării formelor autentice-tradiționale și a ornamentelor venite din negura vremilor (vezi ceramica de Marginea - Suceava, Horezu - Vâlcea, Baia Mare etc.).

De asemeni nu putem fi împotriva unor obiecte de ceramică de o frumusețe și gingășie uluitoare, inspirate din vechile culturi și civilizații. Exemplul cel mai potrivit pentru acest gen de ceramică este cel oferit de soții LASZLO și VERONICA VITOS din Miercurea Ciuc, care produc o gamă impresionantă de obiecte cu caracter decorativ: vase de diferite forme și mărimi, multe variante de candelă (lună, soare, dovleac, ciupercă, căsuță), aplică (soare, lună, vânt, soare și lună, încorporate în aceeași aplică, Fecioara Maria, Isus Hristos) de diferite mărimi, măști, clopoței, pușculițe, câni și ulcioare de țuică etc.

Tot aici poate fi încadrat și artistul olar Ion Maxim, prezent la seminar cu superbe obiecte de inspirație CUCUTEIANĂ, dar și alte obiecte decorative în interpretare proprie (nuduri, sfeșnice, tablele legii, zodiacul, amfore de inspirație greacă, opaițe ploscă cu format de inimă, sfeșnice, măști, vase romane, etc.).

III. Ceramica de Biniș Caraș-Severin

Nu putem să vorbim despre ceramica din centrul Biniș, fără să ne referim la vestitul olar IONICĂ STEPAN, care din păcate este ultimul meșter din generații întregi care au dispărut.

Deasemeni nu pot să scriu aceste rânduri fără să mă gândesc la două filme realizate cu mulți ani în urmă de cineclubul instituției

noastre, ambele despre activitatea lui Ionică Stepan, în mare parte ele asemănându-se ca și conținut și desigur imagini, întrucât filmările au fost realizate în totalitate în satul Biniș.

Este vorba de filmele „Rădăcini” și „Perenitate”, care pornind de la arborele genealogic (stră-stră-bunicii lui Ionică Stepan) aduc activitatea olarilor din Biniș până prin anii 1984-1985.



În filmul „Rădăcini” este surprinsă simplu și frumos o zi din activitatea olarului Ionică Stepan, care începe de regulă la ora 5 dimineața prin treburile gospodărești specifice (și astăzi Ionică Stepan are 7 vaci, o groază de găini, de porci, 3 case și tot atâtea probleme), după care, însoțit de câțelul preferat, pornește spre izlaz cu o trochiță din lemn în care să aducă pământ, o lopată și multă, multă bună dispoziție. Pentru că ce îl caracterizează și astăzi pe Ionică Stepan, cu toate că se apropie bine de 80 ani este o putere de muncă de invidiat, un spirit mereu tânăr, o

voiciune debordantă și foarte foarte multă înțelepciune.

Filmul „Rădăcini” continuă cu activitatea migăloasă de macerare a pământului galben, adus acasă (astăzi Ionică Stepan, pentru a grăbi operația de macerare fierbe lutul în grădină, folosind



pentru aceasta niște vase foarte mari.

În fine activitatea olarului se continuă cu partea cea mai spectaculoasă, dar cea care necesită foarte multă măiestrie și experiență „prelucrarea lutului pe roată”.

Ionică Stepan are peste 130 de obiecte diferite, toate păstrând nealterată forma și decorarea moștenită din moși-strămoși. Între acestea putem enumera: blide, bliduțe, ulciorașe, olcuțe, untare,

olcuțe de tămâiat, tigăi de fript cartofi în țest, adăpătoare pentru pui, ulcioare (cârcege) care îi sunt cele mai dragi lui Ionică Stepan.

În pelegrinările sale prin țările europene, Ionică Stepan, a dovedit, atunci când a fost cazul, că poate realiza după un obiect pe care îl are în față, orice forme, indiferent cât de complicate ar fi acestea.

Așa a uimit asistența la un seminar privind arheologia din Tunisia-Cartagina sau atunci când a realizat un cârceag sub formă de taur în Spania, sau în multe situații în care, într-o interpretare personală, realizează amfore grecești sau romane de diferite forme și mărimi.

În Germania, la Universitatea din Hamburg, a lucrat mult la reconstituirea unor obiecte de ceramică gotică veche.

Centrul de olărit de la Biniș/Caraș-Severin păstrează întocmai decorația cromatică „DACIA” găsită la Grădiștea Muncelului. Decorul este de obicei roșu pe fond gălbui, ușor trandafiriu.

Vasele cu decorație simplă, rafinată și bine proporționată, sunt mai toate obiecte de artă. Vasele se „împistresc” (împodobesc” cu „șiruri de albeață” (humă albă) sau „roșală” (humă roșie). Ionică Stepan folosește uneori și verdele, preparat din cupru ars în cuptor.

Instrumentele cu care se face ornamentarea sunt „penița” (pensulă făcută din păr de pe fruntea boului), cu care se desenează diverse motive; „cornul”, cu care se poate scrie orice; „pieptenul”, folosit aproape în toate centrele olărești; „fusul”, unealtă ascuțită cu care se fac găuri; „plotogul” de piele sau de cauciuc, cu care se netezește suprafața obiectului după formare, atunci când este încă ud. Motivele cele mai frecvente sunt spirala, linia ondulată și liniile paralele; mai rar se folosesc și florile. În afară de decorația prin culori se folosește îndeosebi la vasele mai mari o decorație reliefată. Reliefurile sunt de obicei în bărne

alveolate realizate prin apăsarea cu degetul pe bârna încă moale. Fragmente de bârne ondulate, amintesc uneori de forma unor șerpi.

Ionică Stepan este mândru că foarte multe din piesele sale se află astăzi în muzeele din Timișoara, București, Sibiu, Constanța, Orăștie, Caransebeș.

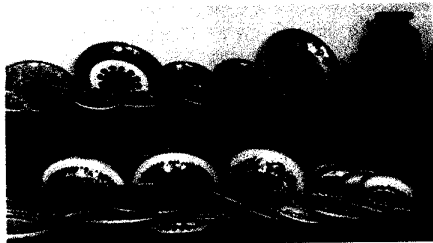
A participat la multe festivaluri, seminarii, târguri, atât în țară cât și în străinătate.

Vorbește cu multă căldură și patos despre Germania unde i s-au făcut special roți manuale și electrice spre a putea lucra și cuptoare pentru arderea obiectelor.

Este invitat de onoare al Festivalului DER BURGPLESSE prilej cu care învață și elevii din REIESHAUSEN ABC-ul olăritului.

A fost invitat la Muzeul DÜPPEL din Berlin, la Muzeul WORPSWEDE din landul Renania de Nord - Westfalia, la ROSTOCK - Universitatea Europeană din Hamburg sau în apropiere de BIELEFELD, la Museumsdorf OERLINGHAUSEN.

Iată de ce instituția noastră îi acordă foarte multă prețuire și încearcă prin eforturi mari, ca urmare a multor cursuri intensive, să fie preluată ștafeta de câțiva dintre învățăceii lui și astfel să supraviețuiască olăritul în Caraș-Severin.



Harald Rosmanitz:

WESTERWALD – O REGIUNE DEFINITĂ PRIN CERAMICĂ



*Sterna breslei olarilor din
WESTERWALD*

Istoria evoluției ceramicii este de multă vreme strâns legată de regiuni. Bogatele zăcămintele de lut și pădurile întinse, abilitatea meșteșugărească, coroborate cu avantajele unor tehnici speciale de ardere și de glazurare - iată punctele forte concurențiale ale unor produse din regiuni total diferite, care le-au conferit pentru

un timp îndelungat avantaje marcante față de alte produse de factură comparabilă. Producerea de oale și de ceramică pentru construcții, definite prin tipuri de produse prestabilite și prin caracteristici calitative bine fixate a devenit – privit din punct de vedere economic – un factor determinant pentru o regiune anume. Un exemplu al unei astfel de regiuni este regiunea Westerwald. O parte a ei, cea care este specializată în producerea ceramicii, este îndeobște cunoscută sub denumirea focalizatoare de „Kannenbäckerland” – „Țara Celor care Ard Căni” – o formulă care cuprinde atât orientarea cât și structura regiunii.

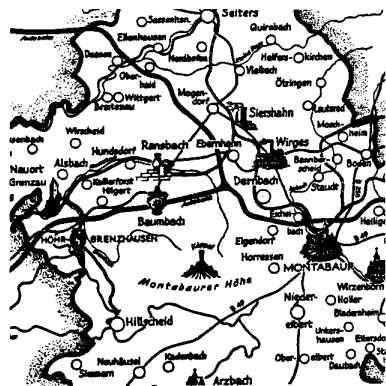
Regiunea se află în apropiere de Koblenz, pe valea Rinului.

Centrele de ceramică de aici, despre care mult timp s-a susținut în mod cu totul greșit că suferă din cauza unor „deficiențe de imagine”, sunt azi mândre de tradițiile lor într-ale olăritului. Imaginea „țării olăritului” este azi promovată și susținută cu un mare angajament ideatic și financiar. A fost un proces îndelungat, un proces de devenire, evolutiv, dar sinuos, care a avut ca finalitate reconstrucția unei regiuni monoindustriale și integrarea ei într-o rețea turistică. A fost un proces, care s-a declanșat dintr-un singur motiv: necesitatea economică. Multe din pietele tradiționale ale ceramicii și oalelor din Westerwald s-au restrâns sau au dispărut complet. Altele au fost pierdute în fața unei concurențe tot mai puternice. Astfel, vasele de păstrat produse alimentare din majolică produsă în Westerwald – produsul clasic al atelierelor de olărit din această zonă – au dispărut cu totul de pe piațe în momentul în care, în anii '70 ai secolului 20, au început să apară congelatoarele. Dispăruseră pentru mai multe decenii de pe piațe, dar azi sunt din nou căutate – de exemplu ca vas rustic pentru depunerea umbrelor. Mai nou și în măsura în care asistăm cum se produce o (re-)întoarcere a gusturilor și orientărilor spre autentice au chiar foarte mare căutare. Dispariția vaselor din majolică de Westerwald, care aveau o foarte mare căutare pe piețele Americii de Nord și ale Europei de Nord – ca urmare a schimbării modului de păstrare a alimentelor și de gospodărire a laptelui după apariția frigiderelor și a congelatoarelor – a provocat și prăbușirea unor târguri tradiționale, cum ar fi marele Târg de Oale din Frankfurt – Frankfurter Topfmarkt. Azi, produsele din „Țara Celor care Ard Câni” s-au adaptat atât gusturilor de sorginte folclorică – deseori greșit înțelese – cât și efectelor concurenței cu produse ieftine din străinătate. Fără îndoială ca această evoluție a afectat grav caracterul specific, chiar unicitatea majolicii

din Westerwald. Mai ales că tendința inițială, urmarită cu mare consecvență, ca un fel de salvare în ceasul al doisprezecelea, de a prelua necondiționat noile direcții și tendințe de gust, cu scopul declarat de a face față produselor concurenței – oricum mai ieftine ca pret – din străinătate, s-a dovedit mai puțin un prim pas spre noi succese, cât mai mult ca un pas spre o fundătură, ca o cale spre falimentul firmelor.

Nu s-a păstrat însă doar bogăția de materii prime de un foarte înalt nivel calitativ, a rămas și o aptitudine mestesugarească înalt specializată și cu o reputație confirmată, a rămas de asemenea amplasamentul foarte central al zonei – relaționat la zonele de concentrație umană care sunt Köln/Bonn, Frankfurt și Regiunea Ruhr – deci o poziționare favorabilă. Iar descoperirea acestei

macro-regiuni ca zonă turistică datează din ultimii zece ani, ea aflându-se în deplin avânt. O funcție de ghizi, de indicatori de direcții de dezvoltare pentru astfel de evoluții o au pionierii artelor plastice, pionierii modelării plastice în special, care sunt ca niște călători ce descoperă noi lumi,



Zona WESTERWALD

sondând gusturile viitorului, dar care redescoperă concomitent vechi tradiții meșteșugărești, care ajută la păstrarea acestora. De un timp încoace, această formă a turismului holistic de trăire, foarte constient și mândru totodată de tradițiile pe care le ajută să se perpetueze, a devenit o a doua coloană portantă – vitală



Cană, 1935, semnată Elfire de Blazer-Kopp

de altfel – pentru cei mai bine de cinci mii de ceramiști care trăiesc și muncesc în Westerwald. Prima coloană portantă rămâne permanenta căutare a inovației.

Nu aş dori însă să fac cu această ocazie a vizitei mele în România şi a seminarului „Turism integrat – ţara ceramicii România” care are loc la Suceava o delimitare a amplasamentului şi o poziţionare sau fixare pentru o soluţie – absolut complexă – pentru o regiune marcată de ceramică. Aş vrea mai degrabă, cu şi prin cele pe care le voi expune, să vă arăt pe baza celor întâmpinate în Westerwald – regiunea slujindu-mi ca unul dintre exemplele posibile – care au fost cauzele care au determinat o desfacere holistică, integrală a ceramicii, care sunt şansele unui astfel de demers. Cadrul de timp care mi s-a acordat nu-mi va permite, din păcate, decât enunţarea unor probleme, dar mă voi strădui să vă conştientizez marea varietate a punctelor de pornire pentru unele soluţii.

Încep cu o scurtă prezentare a regiunii Westerwald, în special însă a „Ţării Celor care Ard Căni”, dar şi a ceramicii produse în această regiune.

Încă din plin Ev Mediu olarii din Valea Rinului au ars în cuptoarele lor variante premergătoare majolicii. Într-o zonă limitrofă, în Eifel, s-a produs de asemenea de timpuriu şi în cantităţi considerabile un fel de proto-majolică. Aici s-au descoperit ceva mai târziu, la cumpăna spre Evul Mediu târziu, cuptoarele de ardere necesare şi potrivite pentru producţia de majolică, în care trebuia atinsă o temperatură de ardere de până la 1300 de grade C.

Majolica – „Steinzeug” în germană, „stoneware” în engleză – este un lut ars, deosebit de tare, care este rezistent la lovituri și scrijeliri, care rezistă la acizi, care, chiar și fără a fi glazurat, este impenetrabil pentru apă și lichide. Aceasta este deosebirea fundamentală față de obișnuitele oale de lut glazurate, care nu se pretează decât într-o măsură limitată pentru păstrarea unor lichide. Vasele din majolică nu prind și nu pastrează mirosuri străine, sunt ușoare și se pot curăța destul de ușor, comparativ cu alte vase. Glazura de sare, care devine tipică pentru producția de majolică din regiunea Renaniei începând cu secolul al XVI-lea, le conferă vaselor un luciu absolut deosebit. Se mai adaugă faptul că această glazură, spre deosebire de glazura oalelor de lut obișnuite, este absolut netoxică. Orice aliment, servit în vasele de majolică, poate fi depistat imediat dacă este toxic, deoarece mirosurile străine alimentului respectiv, orice mirosuri adiacente, nu pot parveni de la vas ci trebuie să aibe alte cauze.

Singurul dezavantaj al majolicii: dacă se produc diferențe extreme de temperatură la suprafața vaselor, acestea provoacă imediat o rețea de fine fisuri în glazură. Iată de ce majolica nu poate fi folosită – sau poate fi utilizată doar limitat – pentru producerea unor vase pentru gătit. Chiar și producția de ceramică pentru construcții și pentru cahle, pentru plăci de faianță pentru sobe, este posibilă doar într-o măsură restrânsă, în cantități modeste, din majolică.

Premiza pentru producerea de majolică sunt zăcămintele de lut care conțin multă caolină. Caolina este un mineral de dezagregare, de descompunere, care s-a format cu aproximativ 30 de milioane de ani în urmă. În apropierea unor astfel de

zăcămintele s-au dezvoltat centrele de ceramică de la Siegburg, Köln, Frechen, Raeren și din Westerwald. Acestea au devenit centre ale producției de majolică. Avantajul lor concurențial a constat – pe lângă faptul că s-au dezvoltat în imediata apropiere a zăcămintelor de lut caolinatos – în accesul neproblematic la Rin. Până în epoca introducerii căii ferate, deci până în cea de-a treia pătrime a secolului al XIX-lea, Rinul era una din cele mai importante căi de transport ale Europei Centrale.

Pentru producerea majolicii, întâi se extrage lutul caolinatos din niște puțuri sub formă de clopot. Tradițional, lutul preparat se prelucra la roata olarului stând în picioare. Tehnicile de decorare

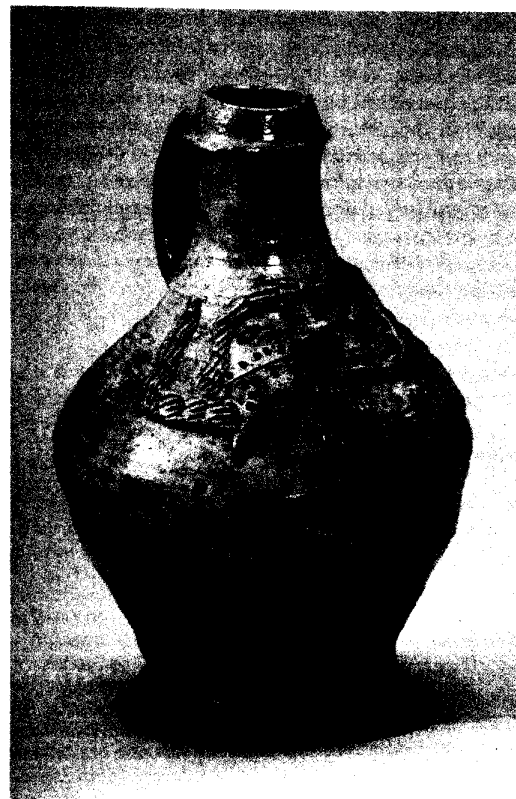


Garnitură de scris, sec. 18

se aplicau pe oala uscată, urmând ca glazura să fie aplicată peste decor (puncte, roțițe, semnul soarelui etc.). Cuptoarele de ars oalele erau foarte mari. Doar pentru glazurare se introduceau în ele 200-300 kg de sare („sărarea”), care erau responsabile pentru strălucirea glazurii și pentru fixarea intensității culorilor. Procedura funcționa astfel: natriul/sodiul se depune sub formă de glazură pe pereții oalelor, în timp ce clorul și apa formează niște vapori albicioși, un fel de aburi acizi, care se evaporă și părăsesc cuptorul prin tiraj. Când, în anul 1967, s-au introdus în procesul de producție cuptoarele de ars care foloseau gazul metan, au început să dispară aproape instantaneu cuptoarele încălzite cu lemne, așa-zisele „cuptoare de câni”, Kannenofen. Doar unul singur mai există în ziua de azi în stare funcțională, fiind aprins o singură dată pe an, în cadrul unor arderi experimentale.

Procedura de producere a majolicii, așa cum am descris-o succint mai sus, este o procedură de producție înalt specializată, care se deosebește esențial de producerea oalelor de lut ars, așa cum o cunoaștem îndeobște. Majolica se produce totdeauna în niște ateliere meșteșugărești de mărime mică sau medie, înalt specializate, a căror funcționare depinde de mai mulți factori externi:

- materiile prime sunt lutul și apa – ambele ușor de procurat în această zonă;
- materia prima lemn – care a devenit în astfel de centre de aglomerare repede o problemă, neexistând la fața locului în cantități suficiente;
- mijloacele de producție cobalt/mangan/sare – dependente de comerț/furnizori, deci mai dificil de procurat; trebuie să existe în apropiere o bună infrastructură – KÖLN – și niște relații bine



Ulcior „cimpol” de pe la 1500

stabilite cu furnizorii, pentru a nu ajunge la cheremul lor;

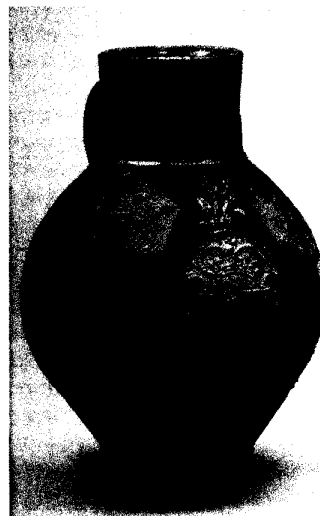
- logistica pentru transferul producției de masă – Rinul.

Existând aceste permize, aceste condiții-cadru, olăritul majolicii a fost totuși permanent o meserie riscantă, un meșteșug cu risc, unde binele sau catastrofa întregii regiuni erau dependente de reușitele de ardere în uriașele cuptoare – un risc mare, chiar incomparabil de mare vis-à-vis de riscul unui simplu olar, care ardea doar câteva zeci de vase, eventual producția a 1-2 zile. În Westerwald, întreaga producție a mai multor luni de zile a fost permanent expusă unor numeroși factori greu previzibili și aproape imposibil calculabili, derulându-se după anumite proceduri care erau fixate doar prin cunoștințele empirice ale mai multor generații de olari. Nu este de mirare că și în ziua de azi, în timpul arderii, se celebrează anumite ritualuri, mai multe la număr, care au izvorât din credințele populare, din religiozitatea populară și care sunt marcate de superstiții.

Încă din 1600 se cunoaște un sistem de desfacere organizat al majolicii din Westerwald, la care participau negustori din Köln, din Țările de Jos și din Anglia. Acești negustori nu doar că făceau comerț cu majolica din regiunea Rinului, dar ei comandau vase și oale anume, plăteau avansuri pentru marfa pe care urmau să o preia peste câteva luni de zile, reușind să și-i facă datornici pe olarii din Westerwald, să controleze viața și producția acestora. Olarii deveneau treptat-treptat niște muncitori plătiți. Marile cantități de oale produse în această zonă au făcut ca negustorii să fie neapărat necesari, deoarece de mult olarii nu se mai descurcau cu desfacerea propriei lor producții. Negustorii se făcuseră indispensabili. Acest sistem a rezistat până pe la anul 1980.

Negustorii dispuneau de un capital suficient de mare și erau extrem de bine informați chiar și asupra unor piețe de desfacere în regiuni foarte îndepărtate. Negustorii erau aceia care focalizau interesele tuturor celor implicați, atât a olarilor, a căărăușilor și a navigatorilor, cât și a cumpărătorilor.

Cam pe la anul 1590, Westerwald a cucerit o poziție dominatoare în configurația centrelor de produs majolică din Valea mijlocie a Rinului, reușind să elimine centrele până atunci dominante. S-a putut constata, în baza unor studii arhivistice, că



Ulcior, majolică, 1724

această dominantă era în legătură cauzală cu imigrarea în zonă a unor meșteri din Siegburg și din Raeren. Această imigrație a olarilor avea cauze pur economice. Străinii, atunci când s-au așezat în Westerwald, aveau posibilitatea de a-și exercita meseria într-o zonă unde deja prinsese rădăcini tradițiile olăritului. Ei erau stăpânii unei tehnologii de înalt nivel, având la dispoziție și materie primă de aleasă calitate. Nu le rămânea decât să

optimizeze situațiile de fapt găsite la fața locului, așa cum le convenea lor. Ceea ce au și făcut, determinând avântul calitativ și cantitativ al olăritului în Westerwald.

Caracteristic pentru majolica de Westerwald este culoarea cenușie a lutului ars și decorul albastru-cobalt; în decursul secolului al XVII-lea apare și culoarea violetă, de mangan, a decorului. Comoara formelor majolicii de Westerwald este foarte mare: câni și ucioare, butoiașe, sticle, farfurii etc. O formă deosebită, care s-a dezvoltat probabil din cauza vitezei roții olarului și de executare a obiectului este cea a halbei de bere din majolică. Spre deosebire de toate celelalte forme, forma cilindrică a halbei de bere s-a păstrat până în ziua de azi, ne-schimbându-se aproape deloc.

Urmărind istoria și schimbările parvenite în decursul acestei istorii a majolicii din Westerwald de-a lungul secolelor, parcurgem o cale a schimbărilor multiple atât în ceea ce privește produsele cât și în ceea ce privește modul de a le produce – este însă o cale care s-a orientat prioritar după posibilitățile desfacerii, după cererea pieței.

Köln, orașul situat la intersecția unor importante căi comerciale, a rămas până în secolul al XIX-lea orașul dominant în negoțul cu majolica de Westerwald. Având statut de oraș liber al Imperiului, Köln dispunea de dreptul de magazinaj. Era un drept care îi obliga pe toți negustorii străini care treceau prin Köln să-și ofereze mărfurile timp de minimum trei zile în acest oraș. Pentru acest drept de magazinaj, orașul percepea impozite/dări. De asemenea, acest drept era folosit pentru controlul mărfurilor după cantitate și după calitate, mărfurile erau standardizate, rearanjate

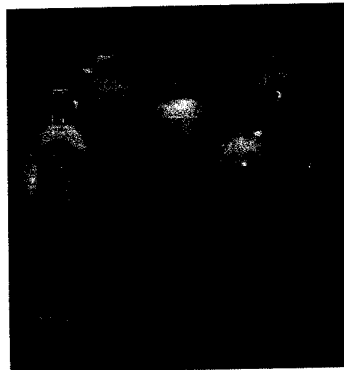
și reambalate. Mărfurile astfel controlate deveneau „mărfuri de Köln”, bucurându-se în străinătate de un renume deosebit de bun. Controlul mărfurilor, odată trecut, devenea totodată o garanție a calității acestora. Marfa avea calitate atestată la Köln. Majolica din Valea Rinului se vindea preponderent ca produs de masă, în cantitate mare, dar nu lipseau – periodic chiar în cantități apreciabile – vasele de lux din majolică de Valea Rinului, care erau comercializate în interiorul Europei, în Scandinavia, în Rusia, în Țările de Jos, în Anglia – și prin Anglia în colonii.

Prima ruptură decisivă s-a întâmplat la sfârșitul secolului al XVII-lea. Pornind din Anglia s-a impus o nouă modă a băutului, consumându-se băuturi exotice cum ar fi cafeaua, ceaiul sau ciocolata. Acestea cereau noi forme ale vaselor, cum ar fi ceașca și farfurioara. În același timp, porțelanul, venit dinspre China și Japonia, a găsit calea spre Europa și spre gospodăriile europene. Olarii din Westerwald au încercat să contracareze invazia, trend-ul la modă, prin preluarea unor forme tradiționale orientale, asiatice. Zadarnic însă. Strădaniile lor nu au dat nici un rezultat. Porțelanul, transparent și cu mult mai ușor, dispunând de un spectru al formelor mult mai extins și mai evoluat, și-a început înaintarea triumfală încă cu mult înainte ca Böttcher să fi reușit în 1708-1709 producerea primului porțelan în Germania, la Dresda. Majolica a devenit acum o simplă marfă pentru uzul cotidian, cu un decor simplu, caracterul funcțional primând cu mult față de aspectele artistice.

Cea de-a doua ruptură evolutivă s-a întâmplat pe la mijlocul secolului al XIX-lea. Înlocuitorii, cum sunt metalele emailate sau sticla industrială, au început treptat să scoată de pe piață ma-



jolica, în special pe cea utilizată pentru gătitul alimentelor sau cea pentru păstrarea acestora. Întreprinderile producătoare de ceramică au reactionat cu reduceri de preturi, care însă nu puteau fi susținute decât prin mecanizări suplimentare ale proceselor de producție. Astfel au apărut primele fabrici de ceramică. S-au făcut și unele descoperiri, cum este introducerea ceramicii turnate, care au dus la noi domenii de aplicabilitate ale ceramicii. Regiunea s-a autosupus la schimbări profunde. Dintr-un oraș al olarilor cu



„Sticle” de apă minerală, sec. 18 - 19

sute de întreprinderi familiale s-a născut un oraș muncitoresc. A fost o tendință care s-a prelungit și dincolo de cele două războaie mondiale, atingând în anii '50 una din culmile sale sub forma ceramicii „masă în formă de rinichi”. Desprinderea totală de vechile forme tradiționale s-a desfășurat în paralel cu desprinderea de vechile tehnici de ardere, parțial preluate încă din Evul Mediu. Prin 1967 s-a realizat desprinderea totală de vechile „cuptoare de câni” foarte mari, introducându-se cuptoarele de ardere cu gaz metan, mult mai puțin problematice în exploatare. Din cele 300 de „cuptoare de câni” care existaseră inițial în Westerwald, azi nu mai există decât unul singur, care mai este funcțional în mare parte. Încă în anul 1996 s-a sărbătorit demolarea unor „cuptoare

de câni” într-o zonă industrială abandonată și a unui mare coș de fabrică, organizându-se o mare sarbătoare populară, în plină stradă. Nici până în ziua de astăzi nu s-au pus sub protecție, ca monumente industriale, cele aproximativ 20 de „cuptoare de câni” care au supraviețuit sub forme mai mult sau mai puțin bine păstrate.

Industrializarea a cerut un mare tribut, atât de la aceia care au pus-o în practică – prin schimbarea radicală a atitudinii lor față de munca depusă – cât și de la peisaj. Prin 1970, un turist reclamă faptul că nu a putut găsi decât cu mare dificultate calea spre un atelier de olărit, că, ajuns acolo, nu s-a simțit decât ca un oaspete tolerat și că, cutreierând zona de la un atelier de olărit la altul, doar în cele mai rare cazuri a avut ocazia să și cumpere câte ceva ceramică. Vânzările se făceau exclusiv prin comerțul intermediar, la snop, după motto-ul: masa primează clasei. Doar foarte puțini dintre olari – cei care se considerau artiști ceramiști și erau considerați de către ceilalți olari ca fiind niște ousideri – lucrau împotriva acestui trend, deschizându-și atelierelor lor proprii care produceau unicate, pentru vizitatori.

În 1980 a început în economia ceramicii o schimbare radicală, de profunzime și de anvergură globală. Internaționalizarea, concentrarea și tehnologizarea – iată câteva dintre fațetele în spatele cărora se ascund procese reale și solicitante, procese care le-au cerut producătorilor produselor ceramice substanțiale eforturi de acomodare.

Mutațiile structurale care s-au succedat au fost o lovitură deosebit de puternică îndeosebi pentru producătorii de ceramică

ornamentală și pentru ceramiștii specializați în producerea unor recipiente utilitare. Este un segment de piață unde au apărut ofertanți cunoscuți din toată lumea, în special însă din Europa de sud și din Asia, care au încercat prin strategii de piață agresive – desfășurate preponderent în domeniul prețurilor mici și foarte mici – să-și alocate procentaje noi de participățiune pe piață. În ziua de astăzi, ofertanții din străinătate au ajuns să aibă pe piața germană o cota de 60-75 % - funcție de grupurile de produse – tendințele cotelor produselor străine fiind în continuare în creștere.

Schimbările structurale nu s-au oprit nici în Westerwald. Mari cantități de materii prime de înaltă calitate, care se extrag în Westerwald, sunt exportate, urmând să se întoarcă în Germania sub formă de produse finite care ocupă piața internă germană. Unul din motivele principale pentru această tendință tot mai accentuată este prețul foarte mare al forței de muncă, al costurilor de producție la ofertanții din Westerwald. O altă cauză sunt instalațiile parțial învechite, cu care se lucrează și care nu mai pot face față cerințelor de flexibilitate în producție, pe care o cere imperios o piață mereu schimbătoare, care dorește împlinirea imediată a cererilor.

Comerțul, cel mai important partener al ceramiștilor și al întreprinderilor de ceramică din Westerwald, după propriile sale declarații, găsește în regiunea Westerwald tot mai rar acea relație ideală dintre calitate și preț, pe care este nevoit să o caute pe plan mondial. Întreprinderile ceramice din Westerwald au început să se retragă pas cu pas din activitățile internaționale, reprezentate în special prin cele două mari târguri de ceramică – cele mai mari din lume – care se desfășoară anual la Frankfurt pe Main.

Aceste evoluții au determinat în anii trecuți multe falimentări de întreprinderi, având ca efect și o puternică reducere a numărului celor ocupați în industria ceramicii. Poziționarea concurențială a multora dintre producătorii de ceramică ornamentală și utilitară din regiunea Westerwald s-a înrăutățit văzând cu ochii. Supraviețuirea economică a întreprinderilor de ceramică din Westerwald nu va deveni nici pe viitor mai facilă, ținând cont de factorii-cadru de nivel global pe care le-am enunțat mai sus. Au existat numeroase încercări ale statului de a stopa aceste evoluții prin măsuri de încurajare a investițiilor. Dar ele au eșuat, în primul rând din cauza legislației restrictive față de măsuri de subvenționare a unor ramuri singulare – clauza obligativității promovării generale. Azi mai există 140 de întreprinderi de ceramică în Westerwald, cele mai multe dintre ele fiind întreprinderi mici. Pe baza tendințelor de eliminare de pe piață a segmentelor de produse cu preț mediu, dar și pe baza unei dinamici tot mai negative a evoluției comportamentului clienților s-a creat o situație de criză. A apărut obligativitatea căutării unor noi soluții sau măcar a unor începuturi de soluții.

Sugeram deja că în domeniul segmentelor ieftine de pe piața ceramicii, șansele ceramicii din Westerwald sunt extrem de mici, de reduse. Marii ofertanți, care vând în discount, își procură produsele aproape exclusiv de pe piețele din străinătate, unde găsesc numeroși ofertanți cu produse extrem de ieftine. De vreo zece ani încoace, întreprinderile de ceramică din Westerwald caută tot mai susținut să vândă produsele lor direct, prin magazine proprii, chiar la poarta atelierului sau a micii fabrici. S-a dezvoltat de asemenea turismul de eveniment – piețe ale olarilor, sărbători ale olarilor – dar s-a înființat și un centru special de

vânzare a produselor ceramicii din Westerwald – un Miniatur-Outlet-Center – precum și sistemul de smart-shopper: întâi se vizitează atelierul olarului, i se arată vizitatorului modalitățile de producere a ceramicii, abia ulterior, după ce i s-a stârnit curiozitatea și dorința de posesie, i se oferă în shop produsele pe care le-a urmărit în devenirea lor. Această tendință de individualizare a consumului se orientează totalmente după comportamentul clientului de astăzi. Acest comportament al clientului este marcat printr-o singură caracteristică, anume aceea ca este incalculabil. Clientul, ca și turistul, în aceleași împrejurări și față de aceleași produse, o dată cheltuiește bani mulți, cu alte ocazii se comportă în schimb foarte economicos. Reguli nu există. Clientul cumpără de exemplu cu o ocazie niște veselă de foarte înaltă calitate, completând-o apoi cu cele mai ieftine mărfuri de import. Cunoscând un astfel de comportament spontan, săltăreț al clienților, o accesare a clienților după criterii bine stabilite, orientate pe obiective clar definite, devine tot mai dificilă. În plus, apare o tot mai mare individualizare a consumului. Consumatorii sunt dispuși tot mai rar să accepte o adresare a ofertei care este generală, căreia îi lipsesc elementele individuale și individualizante. Consumatorii din Germania se îndepartează tot mai mult de produsele de masă, de rând, doresc să se deosebească cu produsele cumpărate de ei de masa celorlalți consumatori/cumpărători, au tendința de a căuta să lege de cumpărătura făcută o trăire unică, o trăire care să-i detașeze, să-i individualizeze prin unicitate și prin stimularea invidiei celorlalți, de masa comsumatorilor. În calitate de cumpărători, ei doresc să devină unici în mediul lor. Cumpărătura făcută trebuie să aibe calitatea unei trăiri unice. O altă posibilitate pentru potențarea prestigiului social prin cumpărături/achiziții este permanentă

căutare a unor cumpărături de ocazie. A găsi ceva de ocazie este un semn de abilitate socială, de cleverness, cum spun englezii. Baza pieței de desfacere în Germania din ultimii 50 de ani, fidelitatea clientului față de ofertant/producător – nu mai joacă aproape nici un rol în ziua de azi, sau dacă da, atunci nu are decât un rol absolut subordonat.

Astfel s-a ajuns într-acolo încât în Westerwald baza desfacerii este „turismul de eveniment”, este vânzarea directă, la fața locului.

Pentru a crește numărul clienților potențiali pentru ceramica din Westerwald, pe lângă activități cum ar fi crearea unui magazin comun al tuturor producătorilor de ceramică din zona, cum ar fi organizarea de târguri de ceramică, de sărbători ale ceramicii, de producere în public, sub forma unor demonstrații, a ceramicii și de arderea ei în cadrul aceluiași demonstrații, publicitatea supraregională a devenit de o importanță fundamentală. Aici ar fi necesară însă o colaborare mult mai strânsă cu diferitele organizații promotore ale turismului, cu turoperatorii. Până a ajunge însă acolo trebuie găsite soluții pentru



Uciur în stil renascentist, sec. 17

problematica eliminării sau estompării marii concurențe între diferitele localități producătoare de ceramică din Westerwald. Dar trebuie abandonată și acea publicitate care ofertează exclusiv regiunea cursului mijlociu al Rinului ca regiune interesantă și tradițională pentru turism. Lipsesc hotărârile factorului politic în acest sens – care trebuie să indice calea ce ar urma să fie parcursă – și de aceea unele inițiative locale, foarte abile de altfel (în ciuda mijloacelor financiare restrânse de care dispun) și foarte bine-venite – sunt lipsite de anvergură pe care ar merita-o, de efectele lor supraregionale. Inițiative politice locale ar trebui să vizeze printre altele atât indicatoarele corespunzătoare (rutiere, turistice) din localități cât și crearea posibilității legale de a ține deschise magazinele de desfacere inclusiv, duminica.

Trebuie remarcat și angajamentul Muzeului Ceramicii din Westerwald. Muzeul este unul din cele trei muzee specializate pe ceramică din Germania. Muzeul Ceramicii din Westerwald are circa 30 000 de vizitatori de an. Muzeul încearcă o profilare a ceramicii produse în această regiune, dar să și promoveze noi modalități de modelare și prelucrare a lutului. Se urmărește mărirea gradului de cunoaștere a artei ceramicii contemporane, dar și popularizarea diferitelor trepte de prelucrare a lutului, începând cu extragerea lui din depozitele subterane, prin puțurile-clopot, și până la producția de ceramică tehnică. O altă sarcină pe care și-a propus-o Muzeul este corelarea și interconectarea activităților Muzeului cu activitățile altor instituții care sunt active în acest domeniu special.

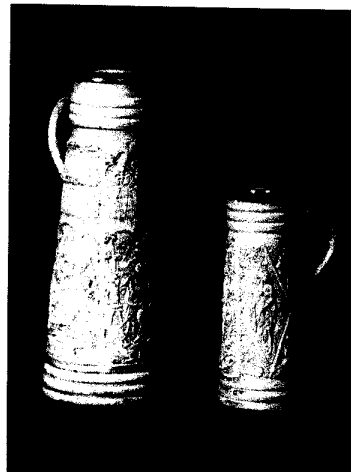
Un mare pas în direcția unui turism holistic în „Tara Celor care Ard Câni”, care să includă toți factorii de dezvoltare pozitivă ai

acestei regiuni, a fost anul 2000. În cadrul Expoziției Mondiale de la Hanovra, EXPO 2000, regiunea ceramicii din Westerwald a fost declarată ca fiind unul din amplasamentele descentralizate ale acesteia. Acest lucru a făcut posibilă o publicitate supraregională a amplasamentului. În paralel, birourile turistice din regiune au fost finanțate suplimentar, așa că s-a putut trece la mărirea numărului personalului acestora. Pentru prima dată a apărut posibilitatea ca toți cei implicați în dezvoltarea regiunii – birourile de promovare economică, industria, meșteșugurile, școlile, muzeele, gastronomia – să se hotărească să dea startul unei inițiative comune. Necesitatea unei astfel de măsuri a reieșit din constatarea că s-a redus în continuu turismul cu autocarele din Țările de Jos, care aduceau clienți ce aveau mulți bani și erau entuziaști cumpărători ai ceramicii din Westerwald. Ca obiectiv al inițiativei EXPO s-a propus comercializarea regiunii Westerwald ca *peisaj cultural marcat de ceramică*, marcat de extracția de lut caolinitos, trecând prin producerea de ceramică de tip majolică în ateliere sau mici întreprinderi sau în industrie și până la vânzare. În acest scop s-a elaborat un sistem modular, care viza petrecerea unei întregi zile în regiune, sistemul putând fi achiziționat de turiști atât ca sistem complet, dar și ca sistem parțial, care să le acorde turiștilor mai mult sau mai puțin spațiu de manevră individual – după preferințe. Acest program a reușit să micșoreze simțitor migrația turiștilor spre alte oferte ale regiunii, cum sunt cursele de automobilism și motociclism de la Nürburgring sau excursiile în zona vulcanilor din Eifel – Parcul Vulcanic Eifel. Funcție de cum se va putea comercializa această ofertă în următorii ani se va arăta dacă a fost o reușită de durată în întărirea tot mai căutatului turism individual.

Ca o concluzie rămâne să reținem că regiunea Westerwald, care în comparație cu ofertele turistice concurențiale din toată Germania nu stă chiar foarte rău, ba dispune chiar de unele elemente pilduitoare – în special în acea parte a regiunii numită „Țara Celor care Ard Căni” – a ajuns la această dezvoltare în urma crizei declanșate cu mai bine de zece ani în urmă. Abia când au avut sfârșitul în față, abia atunci olarii regiunii, care între ei practicau o concurență acerbă, s-au hotărât să acționeze împreună, nu unul împotriva celuilalt. O comercializare turistică a regiunii – concluzie valabilă cel puțin pentru Germania – nu este posibilă decât dacă se organizează evenimente, ca posibilități de trăire plenară, holistică, având caracter de învățare, formare și trăire unică. S-au creat astfel multe puncte de pornire favorabile, cum sunt târgurile de ceramică/majolică sau activitățile demonstrative. Totodată, prin achiziționarea unor mărfuri ieftine, puse conștient în raft pentru a satisface nevoia de „cumpărături de ocazie”, de care suferă unii vizitatori, s-a rezolvat parțial problema prețurilor/investițiilor turiștilor, nevoia lor de suveniruri mai prețioase sau mai convenabile ca preț. Ca un eveniment central al vizitei turiștilor s-a dovedit a fi demonstrația de olărit și ardere a cănilor. Modelarea lutului pe roata olarului este considerată de turiști ca un lucru tipic, caracteristic al regiunii. Între timp, foarte gustate și cerute sunt adresările individuale, individualizarea turiștilor ca oameni și potențiali clienți. Faptul se realizează ori prin discuții cu fiecare client în parte, ori printr-o ofertă culinară suplimentară, prin gastronomie. În mod surprinzător, tocmai inițiativele în această direcție, neregizate la început, spontane, s-au dovedit a fi elemente de fundamentare ale unor noi relații, statornice, cu clienții/turiștii – un obiectiv visat de mult, dar pentru care nu se găsiseră până acum soluții de

transpunere în practică.

Pe termen mediu, ceramica din Westerwald și-a găsit pe această cale o nouă încredere în forțele ei proprii, o nouă încredere în sine. Consilierul ales al regiunii în Landtag-ul din Frankfurt a spus recent: „Cred că producția de ceramică a reușit să treacă de fundul văii în care se afla.” Din punctul de vedere al istoricului prin formație aş spune: „Cred că încă o dată ceramica a reușit să treacă de fundul văii în care se afla.”



Căni de bere cu capac de cositor, sec. 16

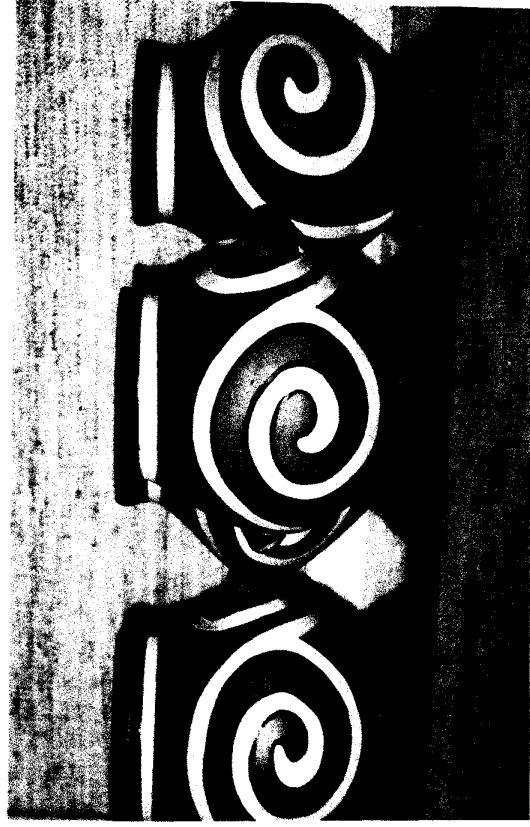
Aspecte
din timpul Seminarului de la Suceava
și din atelierele de olărit din Bucovina.



Ion Maxim



Tudor Mohora, secretar al camerei deputaților, și Franz Huber, proprietarul firmei cartografice cu același nume



Obiecte din expoziția lui Ion Ion Maxim





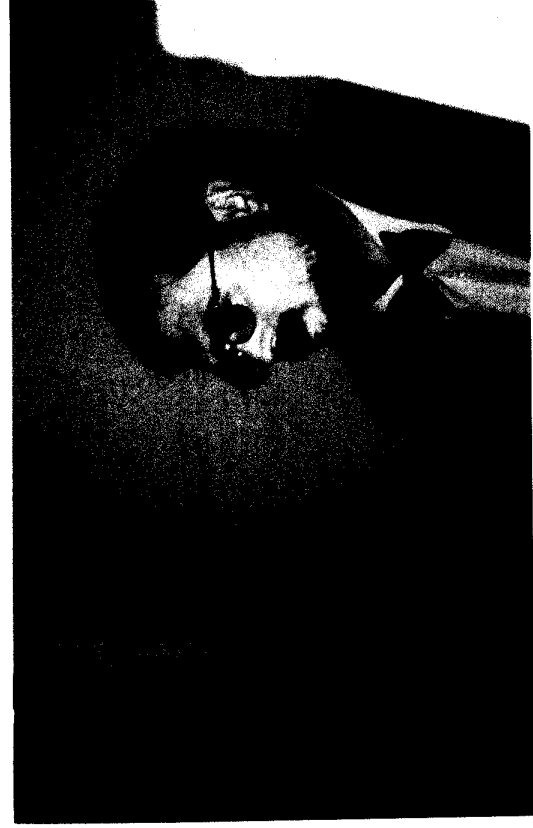
Maria Stein, asistentă FES, Marcel Colibaba, ceramist din Rădăuți,
Elke Sabiel, reprezentanta Fundației Fr. Ebert în România



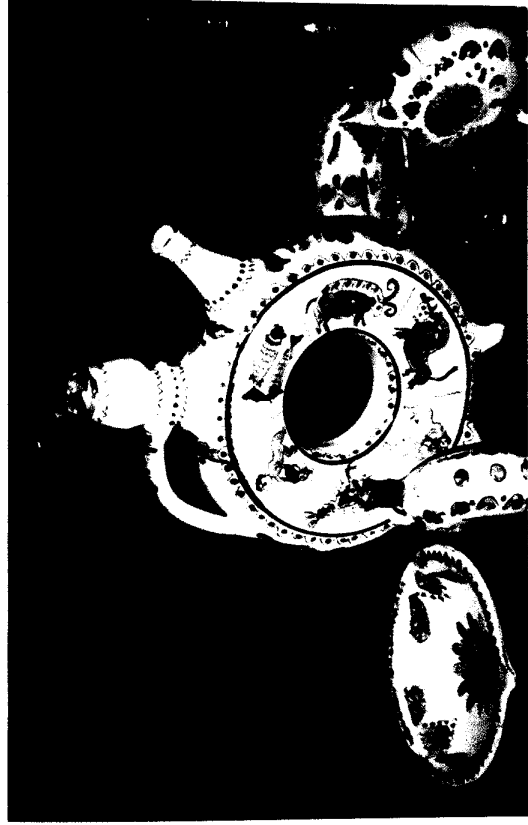
Ceramică în stil Cucuteni, autori soții Maxim



Interpretare a ceramicii de Cucuteni



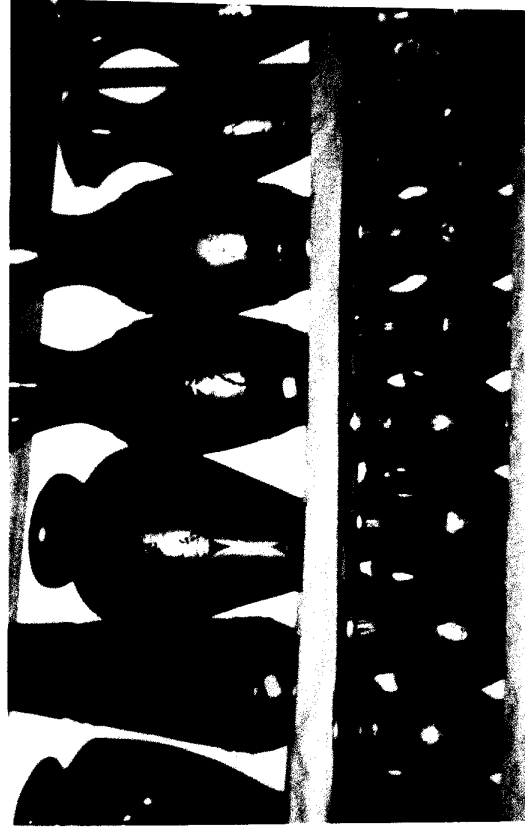
Dr. Hans-Heinrich Rleser și Harold Rosmanitz



Ceramică de Rădăuți, u motive de Cernăuți



Atelier de ceramică Magopâi de la Marginea



Ceramică neagră de la Marginea



Aspect din atelierul de ceramică Magopăț din Marginea