



Diana-Florina Cosmin
redactor-șef

Despre dragoste. Conceptual

Documentarea cover-story-ului din acest număr a fost una dintre cele mai plăcute activități ale verii. Să intri în cele mai tari concept-stores din lume și să analizezi obiectele, reacțiile oamenilor și lucrurile în fața cărora se entuziasmează este, în primul rând, un bilet *first row* la spectacolul vieții. Ceea ce am observat, indiferent că era vorba despre selecție, *buying* sau pur și simplu amplasarea obiectelor pe rafturi, a fost folosirea recurentă a termenului de „curator”. Cuvânt internațional, cu aceeași sonoritate în aproape toate limbile de mare circulație, și simbolizând perfect această nouă filozofie de retail care se bazează, în general, pe flerul unui om sau al unei mici echipe.

Un curator are, atât în artă cât și în accepțiunea modernă a cuvântului, o intuiție nativă, imposibil de explicat sau de deprins în mod conștient. Fie că o numim bun-gust, simț estetic sau spirit cool, munca pe care o presupune activitatea curatorială este similară cu aceea a unui dirijor de orchestră. De multe ori, obiectele din aceste concept-stores se regăsesc în multe alte locuri, dar mixate inteligent și puse în vecinătatea multor alte lucruri cool și atent alese, par mult mai dezirabile. Par altele. E și un joc al percepțiilor la mijloc, firește, și tocmai aici se vede arta „maestrului”.

Când eram mică, nu reușeam să înțeleg cu niciun chip de ce un anumit dirijor de muzică clasică era considerat „celebru” sau „cel mai bun”. Știam, firește, că acel domn care stă înălțat pe un podium și face semne grațioase din *poignet* membrilor orchestrei are un rol esențial, dar mi-a luat mult timp să înțeleg că, într-adevăr, aceeași partitură poate suna diferit sau poate avea nuanțe diferite în funcție de mâna celui care ține bagheta.

Mi-am amintit de dirijori fiindcă, documentând acest cover-story despre concepte și conceptualizare, mi-a venit în minte un articol mai vechi despre muzică, unde un specialist explica de ce, înainte de a se urca pe acel podium, dirijorul trebuie să aibă în minte un CONCEPT clar al respectivei bucăți muzicale. S-o înțeleagă în profunzime, atât de bine încât s-o poată nuanța pe porțiunile potrivite, astfel încât chiar și o partitură ultra-cunoscută să i se pară publicului puțin diferită. Aici intervine arta: să reușești să provoci emoția noutății cu ceva care a mai fost interpretat și dirijat de mii de ori înainte.

Un dirijor cu adevărat genial te poate face să te îndrăgostești de o bucată muzicală care până atunci nu-ți prea spunea mare lucru, doar înțelegând mai bine structura frazei muzicale și redând-o într-un mod care să-i dea viață. Îmi place să-mi imaginez că el încearcă, în momentul în care își stabilește conceptul, să intre pentru o clipă în mintea celui care a compus respectiva bucată și să înțeleagă fiecare notă și pauză, din postura creatorului. E ipoteza mea și tot așa, la o scară mai mică, îmi imaginez că funcționează mintea creativă a unui *buyer* de concept-store. Privind sute de ținute care defilează pe podiumurile lumii, de cel puțin două ori pe an, le alege doar pe acelea pe care le poate vizualiza mental într-un loc anume din magazinul său și, tot cu ochii minții, își poate imagina și femeia care le va vedea, cumpăra și iubi. La fel ca un dirijor, un bun curator de secol XXI poate face ca aceeași rochie care te-a lăsat indiferentă în alte zece vitrine să-ți smulgă instantaneu un „Wow”. De ce? Pentru că reușește să-ți proiecteze imaginea femeii care ai putea să fii în acea rochie și care, întâmplător, este exact femeia care tu consideri și simți că ești. Asta înseamnă un concept cu adevărat inteligent: să le lași oamenilor senzația plăcută că au trăit un *coup de foudre*, chiar și la a doua, a treia sau a zecea vedere. □