

**UNIVERSITATEA DE ARTĂ ȘI DESIGN CLUJ-NAPOCA**

**Teză de doctorat în domeniul Artelor Vizuale**

**DESIGNUL ROMÂNESC ÎN  
CĂUTAREA IDENTITĂȚII**

**REZUMAT**

**Conducător științific:**

**Prof. Univ. dr. Alexandru Alamoreanu**

**Doctorand:**

**Mihnea-Dulfu George-Ciprian**

**CLUJ-NAPOCA**

**2014**

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE</b> .....	4
1.1. DELIMITĂRI CONCEPTUALE ALE DESIGNULUI.....	7
1.2. METODOLOGII ȘI METODE DE DESIGN.....	16
1.3. CLASIFICĂRI ALE DESIGNULUI.....	20
1.4. FAȘETA MULTIDISCIPLINARĂ A DOMENIULUI.....	28
<b>CAPITOLUL 2. TRASEUL EVOLUTIV AL DESIGNULUI INTERNATIONAL</b> .....	<b>33</b>
2.1. MISCAREA SHAKERS.....	34
2.2. REVOLUȚIA INDUSTRIALĂ.....	35
2.3. MIȘCAREA ARTS & CRAFTS .....	40
2.4. ART NOUVEAU.....	44
2.5. DEUTSCHER WERKBUND .....	47
2.6. CONSTRUCTIVISMUL.....	48
2.7. DE STIJL.....	51
2.8. ART DECO.....	53
2.9. BAUHAUS.....	54
2.10. STREAMLINE .....	58
2.11. ȘCOALA DE DESIGN DE LA ULM .....	60
<b>CAPITOLUL 3 . APARIȚIA CREAȚIEI ȘI PROIECTĂRII DE FORMĂ ÎN ROMÂNIA MODERNĂ</b> .63	
3.1. ETHOSUL ROMÂNESC .....	63
3.2. ARTA POPULARĂ ȘI MEȘTEȘUGURILE ÎN PERIOADA MODERNĂ .....	71
3.3. FORMAREA STATULUI ROMÂN .....	76
3.4. INDUSTRIALIZAREA LA NIVEL MONDIAL.....	87
3.5. INDUSTRIALIZAREA ROMÂNIEI .....	89
<b>CAPITOLUL 4. DESIGNUL ÎN ROMÂNIA MODERNĂ ȘI CONTEMPORANA</b> .....	<b>93</b>
4.1. DE LA ATELIERELE MEȘTEȘUGĂREȘTI LA ȘCOLILE SUPERIOARE.....	93
4.2. INDUSTRIALIZAREA ROMÂNIEI ÎN PERIOADA INTERBELICĂ.....	94
4.3. PRECURSORI AI DESIGNULUI ÎN PERIOADA INTERBELICĂ .....	100
4.4. COMUNISMUL ROMÂNESC ȘI EFORTUL DE INDUSTRIALIZARE .....	104
4.5. DESIGNUL ÎN COMUNISM.....	112
4.6. ÎNFIINȚAREA ȘCOLII DE DESIGN DE LA BUCUREȘTI (1969) ȘI CLUJ (1971) .....	114
<b>CAPITOLUL 5. DESIGNUL ROMÂNESC DUPĂ 1989</b> .....	<b>128</b>
5.1. ROMÂNIA DUPĂ 1989.....	128

5.2. DESIGNUL ROMÂNESC ÎN PERIOADA 1989-2014 .....	130
5.3. EVOLUȚIA DESIGNULUI DUPA SEOUL 2001.....	134
5.4. DEMOCRATIZAREA DESIGNULUI.....	138
<b>CONCLUZII.....</b>	<b>142</b>
<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>146</b>
<b>ANEXA 1. REALIZĂRI ALE DESIGNULUI ROMÂNESC: SCURTĂ TRECERE ÎN REVISTĂ .....</b>	<b>152</b>
6.1. AERONAVE.....	152
6.2. AERONAUTICA SPAȚIALĂ.....	167
6.3. LOCOMOTIVE .....	168
6.4. AUTOMOBILE.....	174
6.5. AUTOBUZE .....	207
6.6. MOTOCICLETE.....	212
6.7. FRIGIDERE.....	218
6.8. TELEVIZOARE .....	220
6.9. RADIOURI ȘI CASETOFOANE .....	229
6.10. MOBILĂ.....	230
6.11. JUCĂRII.....	235
6.12. ÎMBRĂCĂMINTE.....	243
6.13. ÎNCĂLȚĂMINTE.....	248
6.14. DETERGENȚI.....	251
6.15. PRODUSE COSMETICE .....	252
6.16. PRODUSE ALIMENTARE ȘI DULCIURI .....	255
6.17. PUBLICAȚII DE DESIGN.....	258
<b>ANEXA 2: ISTORICUL CATEDREI DESIGN DIN CADRUL UNIVERSITĂȚII DE ARTĂ ȘI DESIGN CLUJ-NAPOCA .....</b>	<b>261</b>
<b>ANEXA 3: LISTA CRONOLOGICA A ABSOLVENȚILOR SECȚIEI DESIGN CLUJ-NAPOCA .....</b>	<b>265</b>
<b>ANEXA 4A: INTERVIU CU PROF. ARH. VIRGIL SALVANU .....</b>	<b>286</b>
<b>ANEXA 4B: INTERVIU CU PROF. ARH. VIRGIL SALVANU .....</b>	<b>296</b>
<b>ANEXA 5: CONTRIBUTIA PERSONALA ÎN DOMENIUL DESIGNULUI.....</b>	<b>303</b>
5.1. DESIGN GRAFIC .....	303
5.2. DESIGN INDUSTRIAL .....	312
5.3. DESIGN AUTO.....	329
5.4. DESIGN VESTIMENTAR.....	347
5.5. DESIGN AMBIENTAL .....	358
5.6. DESIGN WEB .....	369

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT CU TITLUL:

**DESIGNUL ROMÂNESC ÎN CĂUTAREA IDENTITĂȚII**

Conducător științific:

Prof. Univ. dr. Alexandru Alamoreanu

Doctorand:

Mihnea-Dulfu George-Ciprian

Cluj-Napoca, Octombrie 2014

Lucrarea de față a pornit de la nevoia și dorința de a trasa profilul identității culturale și profesionale a designului în România în sensul punerii în lumină a elementelor / lucrărilor de design veritabil create de designeri români. Am folosit cuvântul *nevoie* deoarece contextul contemporan – caracterizat fiind de dinamism extrem, dublat, însă, de un relativism opac – solicită imperativ repere clare și corecte de valoare. Am folosit cuvântul *dorință* fiindcă, în virtutea celor spuse mai sus, orice designer profesionist din România dorește să-și consolideze propriul drum prin apelul la specificitatea și valorile designului românesc. Demersul astfel desfășurat vine în continuarea firească a experienței profesionale și a dorinței de a reflecta asupra acesteia și a factorilor care o modelează, el corespunzând nevoii pe care am resimțit-o, și anume de a înțelege și de a fi capabili să explicităm menționata evoluție, inclusiv în vederea unei mai coerente înțelegeri a contextului în care propria muncă de designer se desfășoară. În egală măsură, însă, am considerat necesară o justă și coerentă evaluare a contribuțiilor românești la dezvoltarea designului în raport cu dezvoltările domeniile de nivel internațional deoarece este imposibil să analizăm contribuțiile românești fără a face apel la cele internaționale. Din perspectiva noastră, parcursul istoric de la meșteșugurile românești la industrie pe fundalul celor două războaie mondiale, iar mai apoi creșterea și descreșterea industriei din perioada comunistă și cea postcomunistă au constituit axele temporare în cadrul cărora designul românesc s-a format și și-a dezvoltat o identitate specifică – ce poate fi numită chiar națională – și la care se raportează artiști, designeri, ingineri în realizarea unor lucrări definitorii pentru domeniul designului. Consecutiv, obiectivul major pe care îl vizez este realizarea unei lucrări complexe, dar nu exhaustive, care să poată propune o imagine amplă a bazelor care au dus la dezvoltarea designului românesc. Atunci când vorbim despre aceste baze, ne referim, pe de o parte, la o lungă tradiție de sorginte locală, a producției de obiect și la o seamă de caracteristici estetice și funcționale provenind din aceasta și amprentând creația de formă românească, iar pe de altă parte la preluarea și adaptarea în România a marilor paradigme conceptualo-estetice care au dominat istoria internațională a designului.

Demersul de cercetare de față își propune, în același timp, să fie un instrument de cunoaștere care să stimuleze discuții în jurul posibilităților strategice și modalităților concrete de acțiune pentru dezvoltarea designului românesc contemporan. În această privință, cunoașterea dezvoltărilor care s-au produs în România în acest domeniu de activitate este de reală importanță, aceasta fiind indispensabilă mai ales dacă se dorește trasarea unor direcții pentru un design sustenabil, atât în raport cu piața și cu așteptările și reprezentările partenerilor sociali, economici și culturali ai designerului român contemporan, cât și în relație cu constelația conceptuală și paradigma de expertiză tehnică în cadrul căreia acesta se formează și evoluează. Astfel, putem spune că prezenta cercetare dorește să stimuleze viitoare explorări ale unui capital de creativitate autohton, atât în forma cercetărilor teoretice, cât și în aceea a unor demersuri practice, urmând calea și venind ca urmare a cunoașterii identității profesiei de designer și a domeniului profesional, așa cum sunt ele conturate în context românesc.

Ipoteza de lucru fundamentală de la care am pornit demersul de față este că designul românesc prezintă specificități conceptuale și stilistice, scopul prezentei cercetări fiind acela de a le pune în lumină. Aceste specificități conferă un profil aparte producției românești din sfera designului industrial, aflată la fertila confluență dintre tradiția locală și regională a producției de obiect utilitar (dar și a amenajării, inclusiv cu miză estetică, a ambientului) și marile evoluții culturale care au condus la constituirea modernă a designului ca profesie în societatea industrială, a mișcărilor internaționale ce au formulat paradigmele stilistice ale designului internațional. Condițiile locale ale dezvoltării profesiei au fost decisive în conturarea specificului menționat, nu o dată ridicând obstacole în calea acesteia (a se vedea foarte târziu acceptare socio-profesională a profesiei, precum și debutul târziu al educației specializate în domeniu, de exemplu), care, consider, nu au împiedicat realizarea de demersuri în sfera designului (mai ales a celui industrial) de reală valoare și consistență.

Astfel, am considerat esențială realizarea unei istorii a designului românesc deoarece doar după materializarea unui astfel de demers va fi posibilă stabilirea și trasarea liniilor de dezvoltare viabilă și lipsită de inhibiții a designului românesc pe termen mediu și lung.

După cum s-a văzut, apariția designului românesc și drumul parcurs de acesta în fiecare etapă istorică sunt strâns legate și influențate de dimensiunea socio-economică. De asemenea, în conturarea designului și designerului de astăzi, o influență marcantă au avut-o școlile de design din afară, cum ar fi, spre exemplu, Școala de Design de la Ulm. Înființarea școlilor de design de la București și Cluj-Napoca a fost realizată plecând de la modele și programe aduse din străinătate, după vizitele fondatorilor lor la școli din America, Japonia și alte țări. Folosirea modelelor altor țări în demersul de constituire a unui profil pentru designul românesc a fost firească, având în vedere că apariția designului a fost mult mai timpurie în alte state. În Europa, în 1919 apărea Bauhaus și tot în această perioadă, Raymond Lowey instituia profesia de designer în Statele Unite ale Americii. De aici și până la conturarea unui domeniu propriu designului în țara noastră și înființarea școlilor românești de design decalajul temporal a fost destul de mare.

În vederea examinării acestor ipoteze de lucru și ținând cont de diversitatea și, câteodată, eterogenitatea elementelor ce compun domeniul designului, am realizat, în **capitolul 1** al tezei, o circumscriere a tuturor dimensiunilor designului, plecând de la delimitările sale conceptuale și

încheind prin punerea în lumină a fațetei multidisciplinare ale acestuia. Conform celor arătate, designul este unul dintre domeniile cu o aplicabilitate imensă și imediată, în cele mai variate ramuri industriale sau artistice. Din acest motiv am considerat necesară abordarea definițională din primul capitol al tezei. Astfel, am arătat cum acesta se răsfrânge într-o diversitate de ramuri, precum design industrial, design urban, design interior, fashion design, design textil, design publicitar, design grafic sau web design, lista rămânând deschisă, întrucât, cel puțin în prezent, nu s-a întrevăzut limita în dezvoltarea acestui domeniu.

După cum am argumentat pe parcursul **capitolului 2**, designul construiește punți de comunicare între artă, industrie, arhitectură, științele umaniste sau chiar filozofie. A trecut prin toate formele, de la arta pură, la funcționalitate brută, sau simplitate minimalistă. A cunoscut evoluții vertiginoase în lume, odată cu protofuncționalismul mișcării Shakers, cu începutul Revoluției Industriale în secolul XVIII și s-a tot conturat și șlefuit ca și domeniu de activitate, trecând prin Mișcarea Arts & Crafts, Art Nouveau, apoi prin etapa Deutscher Werkbund, perioada constructivistă, De Stijl, Art Deco și în fine, Bauhaus, Streamline și Școala de Design de la Ulm, aceasta din urmă punându-și amprenta definitiv pe definirea designului ca domeniu de lucru artistic și tehnic.

Cât privește România, așa cum am arătat în **capitolul 3**, creația și proiectarea de formă își are originea în meșteșugurile tradiționale și s-a conturat, transformat și consolidat pe fundalul industrializării. Circumscrierea evoluțiilor designului românesc din perioada modernă și contemporană nu este posibilă fără a studia perioada în care se pune baza creării identității naționale odată cu formarea statului roman.

Punerea în paralel în **capitolul 4** a industrializării la nivel mondial cu industrializarea României din perioada interbelică este importantă pentru a vedea că au fost perioade de timp, scurte într-adevăr, în care decalajul dintre noi și celelalte țări era foarte mic sau chiar inexistent. Această perioadă de ascensiune economică și industrială a țării, în special între cele două războaie mondiale ajută creația de produs autohton și îi permite să aibă cea mai înfloritoare perioadă de dezvoltare.

După instaurarea comunismului a urmat o perioadă de industrializare forțată în care designul industrial s-a dezvoltat și el, marcat fiind de avântul și deschiderea ce prinsese formă în acea perioadă. Tot atunci s-au făcut demersuri importante pentru înființarea primelor școli românești de design, încadrate în învățământul superior, precum și pentru constituirea designului ca domeniu independent și în țara noastră. Chiar dacă profesia de designer va fi recunoscută și introdusă mult mai târziu în nomenclatorul de meserii, în această perioadă au ieșit de pe băncile universităților primii designeri care își găsesc locul și își practică meseria în întreprinderile industriale ale țării. Interviuurile arhitectului și profesorului Virgil Salvanu, utilizate pe parcursul lucrării și prezentate integral în **Anexa IVA** și **Anexa IVB**, au redat cu acuratețe pașii întreprinși pentru constituirea școlilor de design, pe de o parte, și imaginea vremurilor de atunci, cu tot ce însemna dezvoltarea unui oraș, pe de altă parte.

Avântul industrial și ascensiunea economică a României nu s-a putut menține mult timp, după 1980 urmând o perioadă de decădere care culminează cu Revoluția Română din 1989. În

**capitolul 5** al lucrării noastre punem în legătură sărăcirea țării de după revoluție cu distrugerea industriei comuniste. Pe acest fond, designul industrial și-a găsit tot mai greu locul, fiind pus în fața unei realități în care trebuie să se dezvolte/reinventeze sau să dispară. Astfel, a apărut o puternică orientare spre alte ramuri ale designului care integrează tehnologia și designul digital. În ultimii ani, însă, s-a reușit reclădirea domeniului designului industrial care, deși mai are loc de dezvoltare, fiind nevoie de comunități mai puternice de designeri, este totuși, astăzi, un domeniu dinamic în plină expansiune și în țara noastră.

După cum am arătat pe parcursul capitolelor succint prezentate mai sus, cercetarea de față contribuie la umplerea unor goluri în cunoașterea asupra domeniului, având în vedere relativa precaritate calitativă și cantitativă a informației bibliografice disponibile despre artele aplicate în România, despre nașterea profesiei de designer în România, despre apariția școlilor de design aferente aceleiași perioade. De asemenea, despre subiecte ca perioada de industrializare a României, despre personalitățile care au ajutat la creșterea și evoluția României în paralel cu celelalte țări din Europa și nu numai, despre produsele și mărcile autohtone, despre istoria unor branduri s-a scris insuficient până în acest moment, iar dacă s-a scris, s-a scris nu neapărat în cadrul unor analize foarte precise sau al unor sinteze realmente cuprinzătoare.

Consider că cele mai importante elemente contributive ale tezei sunt următoarele:

În primul rând, am realizat o consistentă incursiune în istoria designului românesc, din momentul apariției sale și până astăzi, ținând cont de contextul politic, social și economic al țării specific fiecărei etape istorice analizate. Pe parcursul acestui efort, am putut verifica ipoteza fundamentală de la care am pornit cercetarea, și anume aceea că designul românesc prezintă specificități conceptuale și stilistice importante care conferă un profil aparte producției românești din sfera designului industrial, rezultat al combinării unei tradiții locale / naționale și al asimilării și filtrării (nu lipsită de întâzieri, ezitări, obstacole) a marilor evoluții culturale care au condus la constituirea modernă a designului ca profesie în societatea industrială, a mișcărilor internaționale ce au formulat paradigmele stilistice ale designului internațional. Din această perspectivă, identificarea elementelor autohtone a conturat un cadru de inspirație care poate să stea la baza unor viabile viitoare direcții ale designului și artelor aplicate românești în contextul globalizării și al societății multiculturale și bazate pe informație în cadrul căruia designul evoluează azi și la a cărei construcție contribuie, de altfel, în mod esențial.

În al doilea rând, am realizat o sinteză a realizărilor românești de marcă din domeniul designului industrial și nu numai, de la aeronave, locomotive, automobile, produse electrice și electrocasnice, produse de larg consum, publicații specializate, prezentate în **Anexa I**. Este vorba de un catalog de mari dimensiuni ce conține informații și imagini despre produsele românești de design din perioada interbelică, perioada comunistă și de după anii 1989 și care, totodată, amintește personalitățile care au marcat și care marchează lumea designului românesc. Această sinteză poate fi folosită ca sursă de studiu pentru viitoare cercetări, ca resursă pedagogică în învățământul superior de specialitate și poate ca resursă motivațională în dezvoltarea designului românesc contemporan. De asemenea, informațiile adunate despre Catedra de Design a Institutului de Arte Plastice „Ioan Andreescu” – azi Universitatea de Artă și Design din Cluj-

Napoca – și despre absolvenții acesteia (**Anexa II** și **Anexa III**) constituie o resursă importantă pentru cercetări ulterioare.

Nu în ultimul rând, cred cu tărie că propriile proiecte de design prezentate în **Anexa V** se constituie ca un exemplu de practică susținută în domeniul designului ce contribuie la consolidarea unei mase critice de profesioniști apti să ducă mai departe tradiția fondată de predecesori.

Consider că cercetarea de față poate fi valorificată și dezvoltată prin acțiuni concrete de diseminare de informație. Astfel, ca pas ulterior, se dorește realizarea unei pagini web dedicată identității designului românesc. Aceasta se va defini ca un proiect de sine stătător, cu un design și o arhitectură a conținutului bine structurate. În urma actualizării constante a informațiilor se pot crea evenimente de design românesc, expoziții on-line și concursuri de design, care să reliefeze și să contribuie direct la dezvoltarea identității designului românesc.

Cred cu tărie ca generațiile noi de designeri au nevoie de modele care să-i inspire și care să le dea energia necesară creării de noi produse ce să poată fi valorificate într-o economie globalizată. Produsele cu impact emoțional puternic ce crează o relație puternică cu identitatea românească au șanse de succes sporite într-o perioadă în care valorile naționale (și nu naționaliste) prind contur și sunt promovate la nivel european și nu numai.

În același timp ar trebui ca sistemul educational să fie direct relaționat și conectat la industrie și la companiile care au activitate în România (chiar dacă sunt cu capital străin) dar nu numai, iar acestia să realizeze proiecte reale care să le dea încredere în forțele proprii.

Înțelegerea și practicarea designului conceptual poate favoriza și urgenta încheierea de parteneriate cu companii vizionare din domenii diverse: soft, inginerie, producție etc.

Consider că designerul nu poate exista în afara industriei fie ea de orice fel, la fel cum el trebuie să înțeleagă nevoile și necesitățile reale el trebuie totuși să încerce permanent să depășească limitele și să ducă creația de obiect spre zone limită de unde, împreună cu alți specialiști din zone conexe să găsească soluții de realizare și implementare...și toate acestea să fie făcute cu multă, multă PASIUNE.