

Diana Andreescu

**CERAMICA DIN ROMÂNIA
ÎN CONTEMPORANEITATE.
TRADIȚIE. INOVAȚIE**

Editura BrumaR

300050 Timișoara, str. A. Popovici 6

tel./fax: + 40 256 203 934; 293 441

e-mail: office@brumar.ro

www.brumar.ro

Editura Brumar este acreditată de către CNCS

(Consiliul Național al Cercetării Științifice) pe domeniul

Arte și Științe umaniste subdomeniul Arte vizuale.

http://www.cncs-nrc.ro/wp-content/uploads/2013/01/viz.ed_.01.2013.pdf

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

ANDREESCU, DIANA

Ceramica din România în contemporaneitate :

tradiție, inovație / Diana Andreescu. - Timișoara :

Brumar, 2013

Bibliogr.

ISBN 978-973-602-860-1

738(498)

666.3(498)

Diana Andreescu

**CERAMICA DIN ROMÂNIA
ÎN CONTEMPORANEITATE.
TRADIȚIE. INOVAȚIE**

B R U M A R

INTRODUCERE

Orice teorie generală a artei trebuie să pornească de la următoarea presupunere: omul reacționează față de forma, suprafața și masa obiectelor cu care vine în contact prin simțuri, iar anumite raporturi în proporțiile formei, suprafeței și masei obiectelor au drept consecință o senzație de plăcere; lipsa acelor raporturi generează indiferență sau de-a dreptul neplăcere și repulsie. Senzația de relații plăcute este senzația de frumos; senzația opusă este senzația de urât. Arta, trebuie să admitem, nu este expresia în formă plastică a vreunui ideal anume. Ea este expresia oricărui ideal, pe care artistul îl poate realiza sub formă plastică.

Cel mai important document al istoriei a fost și rămâne pământul, cel mai vechi și cel mai statornic reazem al nostru, atâta timp cât unele aplicații aberante ale științei și tehnologiei moderne nu vor modifica sau distruge chiar ființa și structura sa. Anticii l-au considerat pe drept cuvânt izvor al vieții și al forței acesteia, iar în mitologie este reprezentat prin Marile Zeițe.

Arta și esteticul se pot aplica fiecărei vocații în care ființele umane își exercită ingeniozitatea în moduri productive. Prin ocupațiile noastre comune și prin artefactele pe care le folosim în fiecare zi, noi suntem puși în fața activității creatoare. Cu toate că obiectele funcționale pot fi frumoase în sine, oamenii au avut întotdeauna imboldul de a înfrumuseța mai mult mediul lor ambient, fără să fie mulțumiți de ceramica cu caracter pur funcțional – deși aceasta prezenta adesea o

simetrie și o grație cu totul remarcabile – anticii și-au împodobit vasele cu culori strălucitoare, imagini complicate și desene abstracte. Nevoia de decorare a mediului este o altă dovadă în favoarea răspândirii artei și a importanței dimensiunii estetice în viața umană de zi cu zi. Lumea artistică de astăzi tinde să ia în derâdere arta care este „doar decorativă”. Deși decorativul și funcționalul pot să aibă valoare estetică, unele lucruri sunt făcute numai pentru valoarea lor estetică.

După părerea lui Herbert Read, ceramica este o artă fără conținut, dar, în același timp, cea mai simplă și cea mai dificilă dintre arte; este cea mai simplă fiindcă e cea mai elementară și cea mai dificilă fiindcă e cea mai abstractă.¹

De îndată ce a fost descoperit focul, a învățat și omul să-și facă vasele tari și rezistente; când s-a descoperit roata, iar olarul a avut puțința să adauge conceptului său despre formă, ritm și mișcare în elevație, toate elementele esențiale ale celei mai abstracte dintre arte au fost prezente. Ceramica este artă pură; este arta eliberată de orice intenție imitativă.

O frumoasă legendă a folclorului românesc îngemănează actul primordial al facerii omului cu zămislirea vaselor de lut. Se spune că olarul a furat meșteșugul său de la Dumnezeu, care a creat omul din pământ și apă, modelându-l pe Adam din lutul moale, după chipul și asemănarea sa. Neputând însufleți vasele, asemenea Atotputernicului, prin suflarea sa, olarul le-a supus focului, pentru ca dogoarea acestuia să le dea suflet, glas limpede și trăinicie.

Dialogul omului cu lutul coboară adânc în preistorie, ceramica fiind, pentru arheologi, un calendar al epocilor succesive, iar pentru istoricii de artă, un martor vizual, ce ne vorbește despre rafinată civilizație a culturilor neolitice, care a culminat cu strălucita ceramică pictată de Cucuteni.

1 Herbert Read, *Semnificația artei*, Ed. Meridiane, București, 1960, p. 20

În spațiul cultural românesc al secolelor al IX-lea – al XI-lea, ceramica, fie de uz curent, neagră, de tradiție neolitică, sau roșie, de tradiție daco-romană, fie din specia fină a ceramicii smălțuite, – cunoscută încă din Antichitatea romană și apoi din perioada bizantină –, constituie unul dintre elementele de referință pentru meșteșugurile și arta acelei perioade, în care s-a conturat o gramatică decorativă proprie poporului român.

Ceramica neagră, cu strălucirea sa de oțel, din Moldova și din părțile de răsărit ale Transilvaniei, a păstrat, în modul cel mai pregnant, vestigii de cultură materială, supraviețuiri din orizontul neoliticului, ce se vădese în forma și ornamentica vaselor, aproape aceleași de-a lungul vremii, dar, mai ales, în tehnica de ardere. Este tehnica reductivă (ardere înăbușită) ce durează circa 10 ore, timp în care bioxidul de carbon se depune pe pereții vasului, determinând culoarea neagră în diverse nuanțe: de la cenușiu la negru intens. Decorul obținut prin cele două tehnici – impresiunea cu roțița și lustruirea cu ajutorul unei pietre de râu – se subordonează, de fapt, formei obiectului, desăvârșind-o, punând-o și mai mult în relief.

Populația românească din Transilvania și Banat a produs, timp de secole, o ceramică roșie, nesmălțuită, deosebit de frumoasă și de ieftină, pe care au utilizat-o atât băștinașii, cât și coloniștii unguri și sași în toată perioada Evului Mediu. Pătrunderea masivă, în secolele X-XII, a smălțului, în Europa răsăriteană, creează noi raporturi între ceramica roșie, neagră și cea smălțuită, ultima fiind superioară nu numai în privința impermeabilității vaselor, ci și în ceea ce privește compoziția decorativă, ea permițând o amplificare a valențelor estetice.

Începuturile ceramicii în genere se pare că sunt legate, după o ipoteză confirmată de numeroase descoperiri arheologice, de meșteșugul împletitului. Primele recipiente făcute de oameni au fost coșurile împletite care se ungeau cu lut înmuiat. Ca urmare a arderii întâmplătoare a unor coșuri lipite s-a născut olăria și, multă vreme, vasele au fost lucrate prin acest procedeu. Treptat s-a renunțat

la suportul de împletitură, oamenii deprinzându-se să construiască pereții vaselor din fâșii lungi de lut înmuiat, care se încolăceau ca o spirală, urcând de la fundul vasului spre gura lui. Această tehnică arhaică legată de primele încercări ale olăriei, atestată în diferite părți ale lumii, s-a practicat și în țara noastră. Exemplele foarte interesante din această ceramică, ce se află în muzeele țării, ne mărturisesc o continuitate de viață istorică impresionantă a unei populații stabile ce și-a transmis neîntrerupt tradiții tehnice, care, altfel, nu s-ar fi perpetuat. Excepționala frumusețe a ceramicii populare românești se întemeiază tocmai pe această străveche tradiție.

Pământul a păstrat pretutindeni în străfundurile sale un număr impresionant de vase de lut, mai mare chiar decât cel al obiectelor de piatră sau metal, acele vase pe care omul le-a aruncat după folosință sau le-a îngropat la căpătâiul morților. Ușor de realizat în condițiile unei tehnici primitive, mai durabile și mai sănătoase decât vasele scobite în lemn, putând fi puse pe foc, oalele i-au fost nelipsite omului, în primul rând pentru pregătirea și păstrarea hranei. Integrate atât de strâns vieții zilnice și riturilor funerare, oalele au dobândit, în concepția străveche și în credințele populare, puteri magice, iar oamenii au socotit că ele pot apăra hrana, casa și pe stăpânii ei de duhurile rele. Silueta, proporțiile și capacitatea vaselor sunt determinate, în primul rând, de funcțiunea lor. Unele dintre ele, cu forme mai deosebite, evocând figura omenească sau anumite animale, au servit, la origine, ca obiecte de cult. Rolul vaselor în unele ceremonii și sărbători, mai ales acelea legate de căsătorie, de înmormântare și de pomenirea morților, a determinat însă, în epoca feudală ca și în etapele mai îndepărtate, împodobirea lor cu anumite motive simbolice. Dubla lor funcțiune, ca obiecte de uz casnic și de ritual, a avut ca urmare varietatea ornamentației și folosirea acelor motive legate de reprezentarea simbolică a fecundității, a luptei forțelor negative cu cele pozitive, a morții și dăinuirii sufletului. Motivele universale de origine străveche – soarele, pomul, șarpele, porumbelul, vulturul ș.a. sunt nelipsite olăriei românești. În vechea artă românească,

olăria constituie una dintre cele mai grăitoare mărturii a păstrării unor forme de cultură romano-bizantină pe același teritoriu de către o populație sedentară de agricultori, care și-a transmis acest meșteșug din generație în generație. Cunoașterea ceramicii ne oferă posibilitatea înțelegerii în ansamblu a procesului de formare a artei medievale românești, mai ales în secolele X-XIV, de când ni s-au păstrat prea puține monumente de arhitectură, pictură sau sculptură. Olăria constituie singurul domeniu care creează adevărate punți de legătură între trecut și etapele mai noi ale creației populare, atât de înfloritoare, îndeosebi în secolul al XIX-lea, în lumea satelor. Analiza procedeelelor meșteșugărești, a formelor și concepției decorative proprii olăriei noastre populare, duce la surprinzătoare legături cu perioadele îndepărtate, coboară până în preistorie. Ceramica produsă și azi în lumea satelor de meșterii specializați reprezintă, de fapt, cea din urmă etapă a olăriei medievale, de caracter rural sau orășenesc. Olăria smălțuită, produs de lux în epoca feudală, se împământește în sate, mai ales după secolul al XVIII-lea. Întrepătrunderea unor manifestări de cultură și de artă de la sat la oraș, sau viceversa, este un proces pe care l-am urmărit permanent, studiind cultura noastră veche, surprinzându-l și în alte domenii, ca acela al artei lemnului, broderiilor, costumului, scoarțelor etc. Într-o viitoare sinteză a vechii arte și culturi românești, se impune ca interpretarea și înțelegerea unor fenomene să se sprijine în mare până și pe documentele culturii populare, care în epoca feudală, nu poate fi separată de aceea a claselor dominante. De altfel, acest nou mod de a cerceta și prezenta istoria artei și culturii unui popor, în totalitatea ei, este aplicat în toată lumea, atât în lucrările de ansamblu, cât și în expunerile muzeelor recente, câștigând treptat teren și în abordările specialiștilor din țara noastră. Valorificând bogatele rezultate ale descoperirilor arheologice și studiile mai vechi sau mai recente privind ceramica epocii feudale și olăria populară, lucrarea de față își propune să pună în lumină, în primul rând, notele originale ale olăriei românești tradiționale, rezultate din procesul de asimilare la străvechiul fond local, al unor procedee tehnice, forme și motive de

origine bizantină și orientală. Ca și limba noastră, olăria românească se încadrează în grupul ceramicii romanice, în care, la tot pasul, se regăsesc rădăcinile mediteraneene și principalele ei izvoare romano-bizantine, fapt esențial și caracteristic întregii creații spirituale a poporului român.²

Scopul acestei lucrări este de a prezenta o legătură între estetic și funcțional în ceramica românească, aceasta fiind păstrată intactă, ca meșteșug, de sute de ani. Așa se face că în centrele vechi de olărit ale țării vasele sunt realizate și acum la fel ca la începuturi. La întocmirea acestei lucrări, am cercetat personal despre ceramica tradițională românească din zona Banatului, iar pentru restul zonelor, am preluat informații din cercetările unor etnologi de seamă, cum ar fi: Barbu Slătineanu, Ioan Godea, Violeta Blaj și alții, români și străini, așa cum vom vedea pe parcursul lucrării.

Chiar dacă oficial arta olăritului nu face parte din atât de mediatizatul „brand de țară”, ceramica din vetrele noastre de tradiție constituie unul dintre principalele elemente prin care turiștii străini reușesc să identifice spațiul românesc. Vasele de Baia Mare, de Horezu sau de Rădăuți stârnesc, în continuare, emoții printre vizitatorii standurilor de la târgurile de profil din străinătate. Explicația: lucrul făcut de mâna omului, respectul pentru autenticitate și strădania de a menține meșteșugul așa cum era practicat acum câteva sute de ani. Și mai avem ceva ce olarii din alte zone ale Europei n-au reușit să păstreze: legătura cu pământul din care se zămislesc vasele.

2 http://facultate.regielive.ro/proiecte/arta/ceramica_populara-83694.html

1. Ceramica

între tradiție și experiment

În cele care urmează, voi prezenta ceramica, domeniu al artelor ce se situează între tradiție, meșteșug și experimentalismul postmodern. Niciunele dintre obiectele artistice din Antichitate nu stârnesc astăzi o pasiune mai mare în rândul colecționarilor de artă precum cele din ceramică. De la primele recipiente, modelate manual, ale Mesopotamiei, la frumusețea clasică a vaselor grecești, de la incomparabila finețe a porțelanului chinezesc, la excesele secolului al XIX-lea și exuberanța Art Deco, vreo zece milenii de producție ceramică, la scară planetară, ne stau înaintea. Data nașterii acestei arte nu ne este cunoscută, la fel nu știm cum omul a avut ideea de a modela recipiente din lut și a le arde în foc pentru a le face rezistente la apă. Ceea ce știm este că lutul a fost utilizat cu mult înainte de a descoperi schimbările structurale pe care le suferă în urma folosirii unei forțe care înspăimânta – focul, fiind folosit în scopuri „arhitecturale” (la construcția și întărirea adăposturilor) sau magico-rituale (realizarea de figurine nearse, utilizate în cadrul unor ceremonii). Fiind unul dintre cele mai vechi meșteșuguri practicate de om, miracolul însuflețirii lutului s-a întrepătruns cu cel al unei forțe care a fascinat și speriat deopotrivă – focul. Magia arderii a fost cea care a transformat focul în mit și simbol.

Istoria ceramicii începe în Neolitic, cu prima piesă din lut, arsă intenționat. Odată înfrântă această teamă înnăscută, de a manipula focul, ce a urmat a fost una dintre cele mai pasionante aventuri ale

umanității. Olăritul este unul din cele mai vechi meșteșuguri, datând încă din epoca Neoliticului, adică cu mai bine de 6000 de ani î.Hr. În vremurile străvechi lutul era extras din locuri speciale, de-a lungul cursurilor de apă. Odată adus în gospodărie, după o perioadă de păstrare (dospire), argila era frământată cu mâinile, picioarele sau cu un ciocan mare de lemn, fiind amestecată cu apă. Pasta obținută era curățată de impurități, tăindu-se în felii subțiri cu o lamă metalică și apoi era lucrată manual sau la roată.

Olarii se așezau de obicei în zone apărate de pericolul invaziilor, în regiunile deluroase sau muntoase, foarte rar în zonele de câmpie. O condiție necesară era proximitatea carierelor de lut și a pădurilor, de unde olarii luau lemnul necesar arderii vaselor. Un vas de lut valora cât conținutul lui în grâu și porumb sau cât dublul conținutului în mere sau cartofi.

Prin materia componentă, ceramica nu face pe nimeni să se emoționeze. Succesul ei se datorează, în primul rând, durabilității și costului redus de producere. Considerată mult timp corolar al așa-numitei „revoluții neolitice”, originea ceramicii a început să fie privită, relativ recent, dintr-o nouă perspectivă. Epoca modernă a adus materialele ceramice la asemenea importanță încât viața noastră de zi cu zi ar fi de neimaginat în lipsa acestora. La sfârșitul secolului al XIX-lea, ceramica a suferit mutații radicale ca urmare a industrializării. În mod paradoxal, în domeniul esteticii formelor și decorului ornamental se constată o anumită stagnare. Metodele tradiționale și modelele istorice sunt abandonate în detrimentul unui stil revoluționar.

Odată cu apariția Pop Art-ului, cultura kitsch este cea care transformă iconografia artei. Artistul conceptualist Marcel Duchamp (1887-1968) și artistul Pop Andy Warhol (1928-1987) ridică obiecte banale la rang de mare artă. Lucrarea lui Duchamp – Fântână (1917), celebrul pisoar întors și semnat „Mutt”, este un mesaj ironic prin acțiunea în care un obiect banal, a cărui utilitate este schimbată, a fost scos din contextul său utilitar și adus în cadrul

unei galerii de artă. Duchamp pleca de la ideea că este o pierdere de vreme să produci în propriul atelier un produs care este deja fabricat la scară industrială. Experimentul artistic și noile mijloace de comunicare prin intermediul artelor vizuale au funcționat ca o atitudine politică și ca o formă de dezidență. „Experimentul este mai mult decât o atitudine, decât tehnică sau un instrument de cercetare și investigare, este o formă de artă liberă, o formă de aventură, de rezistență, chiar de dezidență și de frondă”, spune profesorul universitar dr. Titu Toncian, Decanul Universității de Arte și Design Cluj, în cartea sa, *Experimentalism și tradiție*.

După a doua jumătate a secolului al XX-lea, preocupările artistice din domeniul ceramicii se îndreaptă tot mai mult spre redescoperirea tehnologiilor străvechi și aplicarea acestora în producțiile plastice care reprezintă limbajul vizual al artei postmoderne. Folosind cuceririle tehnice și arderile multiple la temperaturi ridicate, ceramiștii contemporani imprimă lucrărilor lor, „amprentă” unor structuri (mai ales cromatice), de cele mai multe ori controlate, pe care producțiile ceramice le-ar putea primi doar în urma trecerii timpului. Experimentele din domeniul ceramicii constituie acum un mijloc de expresie care transmite mesaje și are ca rezultat construcția unor forme abstracte, fără a mai îndeplini funcția utilitară, ce a stat la începuturile formării acestei arte ca principiu fundamental în realizarea obiectului ceramic.

Ceramica este văzută la ora actuală ca o manieră de a inventa forme în vederea exprimării unei idei. Procesul de inițiere începe încă din atelierele școlii. Demersul pedagogic al studierii artelor focului presupune asimilarea de cunoștințe din cultura ceramicii, constituite pe bază de informații, și folosește mecanisme creatologice pentru a explora legi compoziționale ale lumii contemporane. Pentru a defini ansamblul care constituie lumea contemporană a formelor vizuale este necesar un permanent contact cu mesajul obiectual al creației artistice care, în societatea actuală, aparține tehnologiei ce ignoră relația dintre

frumusețe, autenticitate și artă. În conceptul contemporan al artelor ceramica nu mai reprezintă materia în sine, ci s-a impus ca o activitate artistică cu mare potențial expresiv. Lucrul cu argila transformă arta modernă, care nu mai este o simplă înmagazinare de obiecte, ca recurs la tradiție, ci o cale de a participa la înțelegerea lumii contemporane și, cu propria experiență, la formarea cadrului cultural-artistic.³

Chiar dacă s-a precizat ca profesie independentă abia în primele decenii ale secolului nostru, designul s-a născut – virtualmente – odată cu „mașina”. Noua și cea mai perfecționată unealtă inventată de om – ce va tinde apoi, treptat, să-și înlocuiască creatorul, devenind un fel de creier mecanic – a determinat trecerea de la producția meșteșugărească la cea industrială și, implicit, saltul de la unicat sau serie mică, artizanală, la serie mare.

Travaliul de concepție al produsului nu mai poate depăși acum proiectul sau macheta, încheindu-se obligatoriu, acolo unde începe lucrul mașinii, cea care fabrică, propriu-zis, obiectul, putând să-l repete ad o mie de ori, fără greș, într-un număr nelimitat de exemplare. În această fază a procesului industrial însă, designerul nu mai poate interveni nicicum. El nu este, firește, primul tip de creator din istorie care-și concepe obiectul mai întâi în proiect sau machetă; așa au procedat de-a lungul timpurilor arhitecții, inginerii, sculptorii, pictorii muraliști, mozaicarii, ebeniștii, argintarii și mulți alții. Numai că, pe de o parte, aceștia mai puteau îndepărta, în cursul execuției, eventuale erori de concepție, iar pe de altă parte, o greșeală neobservată până la sfârșitul lucrării nu privea decât un unicat.

Nimeni înaintea designerului însă n-a asistat atât de neputincios la felul cum mașina repetă la nesfârșit cele mai mici erori de proiectare. Din această relativă independență a mașinii față de proiectantul produsului – calitate pe care n-a mai avut-o înainte nicio unealtă –

3 <http://artavizuala21.wordpress.com/2010/12/11/ceramica-intre-traditie-si-experiment/>

precum și din faptul că designerul nu mai concepe obiectul pentru un individ, precis particularizat, ci pentru o mulțime de anonimi, din faptul, deci, că designerul nu-și mai cunoaște propriu-zis „clientul” și nici dorințele sale, decurg unele din principalele caracteristici ale industrial design-ului.

Chiar dacă obiectul aparține lumii mașiniste, neavând niciun model în producția meșteșugărească, designer-ul se bazează pe străvechea experiență a raporturilor dintre funcție și formă, dintre tehnică și artă, activitate gigantică ce se identifică, în cea mai mare măsură, cu însăși istoria civilizației.

Karl Marx observa, acum mai bine de un veac, că, spre deosebire de toate celelalte specii, omul creează nu numai conform legilor necesității, ci „și după legile frumosului”, adevăr ce se verifică încă din cele mai vechi epoci ale umanității. Omul prelucra armonios piatra cu multe sute de mii de ani înaintea paleoliticului superior, epocă în care a început să picteze sau să sculpteze și în care se situează de obicei zorii apariției artelor. Nenumăratele unelte de piatră cioplită, datând din paleoliticul inferior, ce demonstrează un desăvârșit simț al echilibrului formelor, precum și un perfect acord între calitatea tehnică (chiar dacă primitivă), cea funcțională și cea estetică a obiectului, însușiri care le situează – deși în dimensiuni reduse – alături de operele lui Brâncuși, Moore sau Laurens, nu ne îndreptățesc oare, să admitem că și homo faber – primul meșteșugar – avea însușiri artistice?

În fond, ce a înțeles omenirea prin artă, atâtea mii de ani, până, relativ de curând, când s-a deformat sensul inițial al noțiunii? Cheia problemei ne-o dă mai întâi chiar etimologia cuvântului: în limbile romanice, *artă* derivă din latinescu *ars- artis*, care înseamnă pricepere, îndemânare în orice domeniu, de unde și cuvântul *artifex* – meșteșugar sau muncitor, în general. Tot așa, în limbile germanice, *Kunst* (artă), derivă din verbul *Konnen* – a putea, a fi în stare. Iar *architect* – termen ce derivă din cuvintele grecești *archos* – cel mai mare conducător și *tekton* – lucrător dulgher, șef al unei echipe de muncitori și meșteșugari.

Această largă și judicioasă accepție a noțiunii explică și folosirea cuvântului, vreme îndelungată, în cele mai variate domenii: artele libere, artele mecanice, arta militară, arta medicinei; precum și faptul că, până acum vreo două sute de ani, nu se făcea deosebirea între artist și artizan. Nu se poate stabili o graniță absolută între meșteșug sau tehnica propriu-zisă, pe de o parte, și artă, pe de altă parte, înțeleasă ca o creație independentă de tehnică.⁴

Arta și tehnica interferează structural. În mare sau mai mică măsură, orice artă cuprinde și un proces tehnic: de la pictură, sculptură și gravură, până la arhitectură. Iar unde sfârșește procesul tehnic și începe creația artistică în ceramică, sticlă, țesătorie, mobilier, e imposibil de stabilit.

Titus Burckhardt, în *Principes et méthodes de l'art sacré*, arată la rândul-i — preluând unele idei ale lui Guénon, cu privire la Adevăr și Frumos —, că simbolismul nu numai că este inerent oricărei activități omenești, dar și că el constituie un fundament ontologic prin chiar faptul recapitulării actului Genezei. Sintetizând un paragraf mai consistent, orice artă sacră se bazează pe o știință a formelor sau, altfel spus, pe simbolismul inerent al formelor. Un simbol nu este un simplu semn convențional, ci, dimpotrivă, el își manifestă arhetipul în virtutea unei legi ontologice. Tocmai din acest motiv simbolismul tradițional nu e niciodată lipsit de frumusețe, conform viziunii spirituale a lumii. Altfel spus, frumusețea unui lucru nu e nimic altceva decât transparența învelișurilor sale esențiale, iar arta veritabilă e frumoasă pentru că e adevărată. Autorul scrie că nu e nici posibil, nici necesar ca orice artist sau artizan practicând o artă sacră, să fie conștient de această lege divină, inerentă formelor. El va cunoaște doar câteva aspecte sau anumite aplicații circumscrise, prin regulile meseriei sale, ceea ce îi va permite să picteze o icoană, să modeleze un vas sacru sau să caligrafeze

4 Premisele apariției și dezvoltării industrial design-ului, p.10

într-o manieră liturgică valabilă, fără a fi necesar să cunoască esența simbolurilor, pe care le mânuiește.⁵

Pe de altă parte, dacă simbolismul este inerent gândirii tradiționale, el este, acest fapt, una din principalele caracteristici prin care aceasta se distinge de gândirea profană. Factorul-cheie al acestei deosebiri constă în faptul că simbolismul traduce, în primă și ultimă instanță, un element suprauman. Iată caracteristica ce distinge, de la început, metafizica, simbolismul ezoteric de filozofie și de toate celelalte forme de cogniție umană. În timp ce filozofia, de pildă, se exprimă în formele obișnuite ale limbajului analitic, simbolismul este, în mod necesar, sintetic, adică suprarățional.⁶ Și alți cercetători, care nu au avut nicio legătură cu tradiționalismul, au arătat că „simbolismul, gândirea simbolică, dă un soi de vârtej minții, o estompare intelectuală a limitelor de identitate a lucrurilor și, în același timp, o temperare a cugetării raționale”.⁷ Privit din punctul de vedere al gândirii cauzale, simbolismul este un scurtcircuit spiritual. Gândirea nu caută legătura dintre două lucruri de-a lungul șerpuirilor ascunse ale corelației lor cauzale, ci o găsește dintr-odată, printr-un salt, nu ca o legătură dintre cauză și efect, ci ca una dintre sens și scop. Cât despre partea „sensibilă”, emoțională a simbolismului tradițional, Huizinga observa că „prin simbolism devine cu puțință ca lumea să fie totuși prețuită și gustată, iar activitatea pământească să fie și ea înnobilită.”⁸

Pansimbolică, această perspectivă asupra realității conferă valoare de suprasemnificație întregii manifestări, de la ființe și lucruri

5 Burchardt, *Principes et methodes de l'art sacre*, Paris, Ed. Dervy-Livres, 1976, p. 7-9

6 *Ibidem*, p. 132-133

7 Johan Huizinga, *Amurgul Evului Mediu*, (traducere de H.R. Radian), București, 1993, p. 335

8 *Ibidem*, p. 323

până la semne, gesturi, evenimente. Nu numai cosmosul, omul și natura sunt simboluri în calitatea lor de epifanii, ci și evenimentele istoriei, totul într-o concordantă unitate, ca și cum simbolismul și-ar justifica etimologia.⁹

Concluzionând, dar și anticipând capitolul următor, am spune, odată cu Patrick Négrier, că interpretarea simbolurilor constituie principala obligație teoretică a tuturor inițierilor tradiționale. Pentru că diferitele inițieri tradiționale au în comun o caracteristică ce permite definirea esenței proprii inițierilor și diferențierea de cea a religiilor: definirea unui traseu destinat să favorizeze iluminarea progresivă a conștiinței.¹⁰

Tehnica și arta se întrepătrund în așa măsură, încât de multe ori e foarte greu sau chiar cu neputință de lămurit dacă invenția tehnică a determinat noi modalități de expresie artistică sau dacă, dimpotrivă, invenția plastică e cea care a impus o nouă tehnică? Nu de puține ori, însă, apare neîndoielnic faptul că tehnica a precedat inovația artistică. Consecințele pe care le-a avut invenția sistemului ogival în construcția din piatră s-au ilustrat în magnifice epoci de artă. Dar ponderea pe care-o capătă tehnica în era mașinismului depășește cu foarte mult orice etalon cunoscut până atunci. Excepționalul progres al științelor, al tehnicii și al industriei – început în secolul al XIX-lea și continuat într-un ritm mereu accelerat până azi – a avut consecințe considerabile, atât pe plan social-economic și politic, cât și pe plan cultural-artistic.

Pierre Francastel observă că: „În condițiile producției mașiniste, căreia îi este propriu un dublu aspect, obiectiv și funcțional, artiștii moderni au văzut cum li se transformă atât repertoriul formelor, cât și

9 Despre semnificația unor date din istoria Franței, vezi: Jean Phaure, *La France mystique. Réflexions méta-historiques sur l'histoire de France*, Paris, Ed. Dervy-Livres, 1986, p. 84–89

10 *Les symboles maçonniques d'après leurs sources*, Paris, Editions Teletet, 1990, p. 15

propriul lor utilaj material și mental. Un pictor de azi nu mai mânuiește aceleași culori ca David, mai presus de toate însă, el are acum o cu totul altă optică a relațiilor dintre opera sa și universul material care-i suscită percepțiile.” Pictorul modern – notează mai departe Francastel – se înscrie pe linia „tendinței universale care împinge omul de azi să modeleze lumea pe măsura puterii sale de reînnoire a industriei.” Și această schimbare de utilaje merge până la palierele artei cibernetice, în care artistul „programează” creația sa, lăsând sarcina execuției propriu-zise în seama computerului: adică, exact așa cum procedează designer-ul cu mașina.¹¹

11 *Premisele apartiției și dezvoltării industrial design-ului*, p.14

1.1. Materia primă. Formă și produs

Ceramica este un produs obținut din argile, caolinuri, cuarțite, magnezit, grafit, prin procedee proprii. Cuvântul ceramică vine de la cuvântul grecesc Keramos, ceea ce înseamnă argilă. Procesul ceramic a apărut încă din epoca preistorică ca urmare a nevoilor omului și a activităților sale (fierberea și păstrarea alimentelor sau topirea metalelor). Cu timpul, ceramica a devenit o ramură importantă a artelor decorative și aplicate. Există produs ceramic modelat din argilă nearsă din pământ ars (teracota), gresie ceramică, faianță și porțelan.

Teracota este un produs obținut din argilă comună sau din marnă argiloasă, prin ardere în cuptoare speciale, la o temperatură relativ joasă (800-950 grade Celsius) și smălțuire. Cuvântul vine din limba latină – terra cotta – pământ ars. Subliniem că toate categoriile ceramice, inventate de om în diversele etape ale istoriei sale și în diferite locuri de pe pământ, presupun o cunoaștere precisă a compoziției chimice a argilei și a proprietăților fizice ale diverselor tipuri de argile în anume condiții tehnologice. Se mai adaugă la acestea cunoașterea perfectă a degresanților, coloranților, combustibililor.

Faianța este un produs cu masă albă, poroasă, nevitrificat și acoperit cu glazură. Se folosea la fabricarea obiectelor casnice, de laborator, sanitare. Meșteșugul ceramicii a luat un deosebit avânt în Italia în secolul al XVI-lea, prin apariția celebrului centru de la Faenza.

Porțelanul este un material vitrificat, translucid, alb, glazurat, obținut prin arderea la temperaturi de 1250-1450 °C, a

unui amestec de caolin, feldspat și cuarț la care se adaugă steatit, corindon, pigmenți, coloranți anorganici, putând fi colorat prin smălțuire, decalcomanie, pictare.

Majolica este o categorie de origine italiană, cu caracteristicile smălțului metalic.

Caolinul este o rocă argiloasă, puțin plastică, albă sau ușor colorată de impurități, insolubilă în apă. Materie primă folosită la fabricarea olăriei albe, a faianței și a porțelanului, are obârșia în chinezescul „kao-ling”. Singurele centre din România, în care s-a produs ceramică populară din caolin, au fost Borod și Vadul Crișului, ambele în județul Bihor.

Lut de oale, cea mai răspândită argilă folosită de olari. Este argila plastică obișnuită, care, în starea ei precară, amorfă și anonimă, devine, prin apă, foc și meșteșug, viață și istorie. Vasele închid în ele frânturi de istorie, ne spun, peste veacuri, povestea celor care le-au lucrat. Într-adevăr, lutul – cum afirmă reputatul cercetător P.H. Stahl –, „așa cum se găsește în natură, nu are nimic care să ne sugereze, cătuși de puțin, că ar ascunde în el frumusețe. Cei care dau strălucire materiei informe și cenușii sunt olarii.”¹²

Tendența omului de a modela lumea, de a o transforma în folosul său, este străveche. Munca pentru cucerirea naturii reprezintă, în ultimă analiză, mobilul primordial și permanent al dezvoltării întregii civilizații umane. Or, în acest grandios proces, creația, primul obiect – unealta – are o atât de mare însemnătate încât constituie unul din factorii motori fundamentali ai antropogenezei însăși.

Marele lingvist argentinian Luis J. Prieto, după ce arată că: „Există temeiuri să credem că omul și unealta sunt două fenomene indisolubil legate și că, dacă a fost nevoie de om pentru a crea unealta,

12 Ioan Godea, *Ceramica...*, p. 38

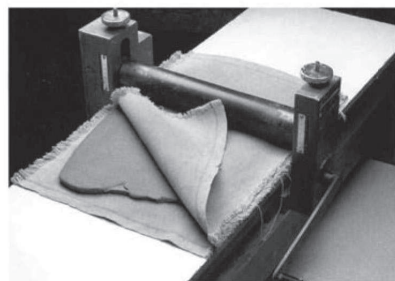
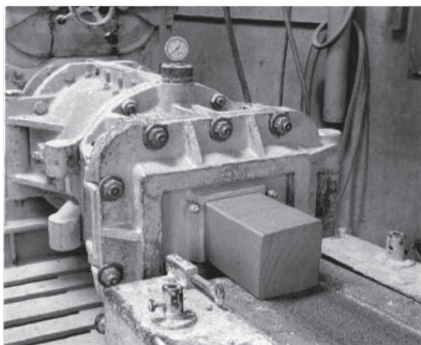
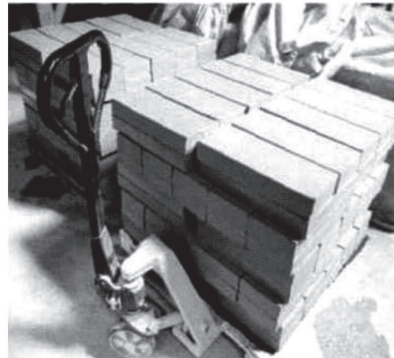
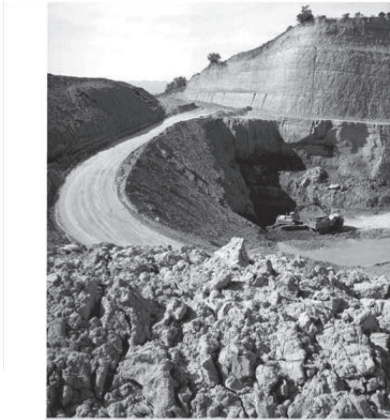
numai creând-o, omul a devenit ceea ce este”, demonstrează mai departe că: „Unealta nu numai că dă omului putința de a acționa asupra lumii exterioare, de a o supune nevoilor sale sau intereselor sale, (...), dar ea mai furnizează omului și clase de obiecte, adică concepte, de care se servește inteligența sa, pentru a înțelege lumea exterioară, pentru a o concepe”. Populând mediul natural cu obiecte făcute de el, omul a creat o a doua lume, a cărei influență asupra dezvoltării civilizației a fost cu totul deosebită.

Dacă vreme de milenii omul s-a folosit preponderent de mediul natural: de forța apei, a vântului sau a animalului, aceasta s-a datorat faptului că el stăpânea natura prin unelte, îndemânarea și inteligența sa. Karl Marx spunea că: „...tocmai prin prelucrarea lumii obiective omul se dovedește abia a fi, cu adevărat, o ființă aparținând unei specii. Această producție este viața sa de specie muncitoare. Prin ea, natura apare ca opera sa și ca realitatea sa.”¹³

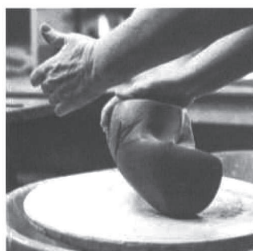
În imaginile următoare sunt prezentați câțiva pași: de la procurarea materiei prime, la depozitarea ei, prelucrarea, formarea, modelarea, decorarea și arderea.

13 *Premisele apariției și dezvoltării industrial design-ului*, p.16

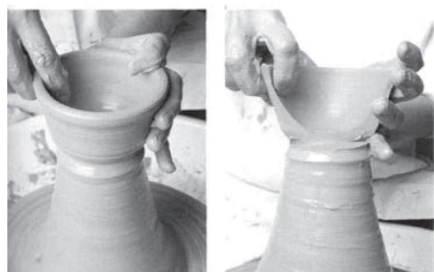
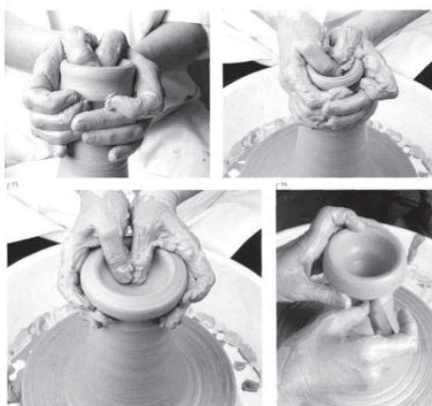




Materia primă, lutul. Prelucrare industrială.
(Dolors Ros, *Keramiken herstellen und verzieren*, Ed. Michael Fischer, p.10)



Frământare lut. Pregătire olărit.
(Susan Peterson, *Fare Ceramica*, Ed. Zanichelli, p. 32)



Roata electrică. Ridicarea unui vas ceramic.
(Susan Peterson, *Fare Ceramica*, Ed. Zanichelli, p.119)



Tehnica „colombino”. Confecționarea unui vas din suluri bătute în spirală.
(Susan Peterson, *op. cit.*, p. 94)

Fabricația în serie mare a adus, în primul rând, ieftinirea obiectului, și ca urmare, o simțitoare democratizare a consumului. Artizanul se adresa, în general, numai unor păături sociale subțiri, în vreme ce industria este structural axată pe producția destinată unor mase de oameni. Încă din secolul trecut, chiar și proletarii începeau să poată cumpăra o serie de obiecte. Noua lume a obiectelor n-a rămas, firește, fără urmări în conștiința oamenilor. Secolul al XX-lea a cunoscut o adevărată reșezare în ierarhia categoriilor estetice. „Până ieri – constată esteticianul italian Gillo Dorfles – ar fi fost de neconceput să se discute într-un volum de estetică, de filozofie sau, în general, de cultură, despre unele elemente aparent triviale, ca cele privind aparatajul casnic electric (...). Azi trebuie să acceptăm ca pe un fapt îndeplinit ingerința mereu mai densă și capilară a acestor elemente plastice-figurale în toate fibrele existenței noastre. Și această ingerință nu poate să nu-și exercite înrâuririle asupra structurii mentale a individului, asupra mecanismului său perceptiv și reprezentativ. Însăși prezența unui univers formal produs artificial, în serie, pentru nevoile omului și evident, după imaginea, precum și după dorințele și cererile sale, atât practice cât și estetice, face ca obiectul produs în industrie să pătrundă mereu majoritar, în domeniile obiectelor artistice...”¹⁴. De aici derivă atât caracterul artistic, în cel mai larg sens al cuvântului, al industrial design-ului, cât și marea sa responsabilitate social-educativă. Designer-ului i se pun azi, în primul rând, marile probleme de concepție, cu privire la întregul mediu ambiental, care pierde mereu mai mult caracter natural în favoarea celui tehnic.

Evident că de mult nu mai există un mediu absolut natural; un mediu unde tehnica omului să nu fi transformat deja, mai mult sau mai puțin, natura. Societatea cea mai elementară se servește de

¹⁴ *Ibidem*, p.17

tehnică și acest procedeu transformă chipul și semnificația realităților naturale. Dar dezvoltarea mașinismului a fost atât de rapidă în ultimii cincizeci de ani și cantitatea transformărilor pe care ea le-a adus atât de mare, încât se poate vorbi, pe bună dreptate, de o nouă calitate, de un mediu nou, care e cel al civilizației tehnice.¹⁵

¹⁵ *Ibidem*, p.18

1.2. Culoarea în design-ul de obiecte

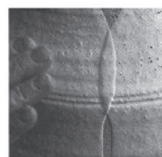
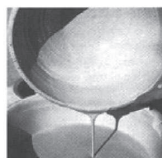
Un aspect important în crearea de obiecte și nu numai este culoarea, care reprezintă unul din elementele fundamentale ale existenței umane. Ea este prezentă în viața și activitatea noastră, punându-și amprenta pe tot ce ne înconjoară: de la culorile din interiorul locuinței, la cele din exteriorul ei (clădiri, străzi etc.); de la produsele industriale, la reclama lor; de la ambianța cromatică a expozițiilor, la albumele de artă, și nu în ultimul rând, de la fermecătoarea atmosferă a parcurilor, la buchetele de flori. Culoarea este unul dintre factorii fundamentali ai dezvoltării capacității creatoare a omului. Design-ul de obiecte cunoaște o diversitate de „cazuri”, începând cu design-ul de mașini, aparate și terminând cu design-ul de ambalaje. Problemele sunt, din această cauză, tot mai complexe, deoarece nu există o concepție clară a cromaticii produselor. Studiile s-au concentrat mai mult în direcția raporturilor dintre cromatică și stimularea vânzării, decât asupra asigurării armoniei dintre culori.

Culorile obiectelor pot fi clasificate în două mari categorii:

1. Culorile specifice materialelor (culorile naturale), adică culorile diferitelor esențe lemnoase, ale metalelor care nu se vopsesc (aur, argint, bronz, alamă, aluminiu), ale marmurelor și anumitor tipuri de roci, ale lutului folosit în ceramică, ale sticlei de toate tipurile, ale fibrelor vegetale etc.

2. Culorile obiectelor care se vopsesc prezintă mai multe categorii: obiecte care se colorează în cursul fabricației: sticlă

colorată, mase plastice, hârtie colorată; obiecte care se vopsesc cu pensula, cu pistolul, dar după ce au fost fabricate; obiecte care se vopsesc pentru a se asigura protecție (de exemplu, miniu roșu cu ulei, împotriva ruginii, pentru fier). În stabilirea culorilor unor obiecte este indicat să se aibă în vedere o multitudine de factori, începând de la condiții igienice și factori psihologici și terminând cu criterii simbolice. Dacă până acum am prezentat obținerea vaselor tradiționale prin modelare manuală, la roata olarului sau prin tehnica sulurilor de argilă, în capitolul acesta accentul va apărea pe partea tehnologică, industrială, care a început să se dezvolte și la noi în țară. Atât formele tradiționale, cât și alte forme noi, se pot obține în serie industrială, cu un preț mult mai rezonabil, dar, bineînțeles, fără valoarea sentimentală a acelor făcute de meșterii olari.



Tehnici de smălțuire a vaselor prin scufundare
(Susan Peterson, *op.cit.*, p.119)

1.3. Noțiuni introductive despre modelajul industrial

În ceramica fină toate produsele se confecționează prin două procedee: prin strunjire la mașini automate, semiautomate sau strunjiri manuale, în acest fel se fasonază produsele geometrice de rotație, cilindrice, circulare, conice; prin turnare se confecționează produse mai complexe, mai fine, produse care au detalii diferite, finețe deosebită sau sunt alcătuite din mai multe piese componente care se lipesc. Pentru ambele procedee de fasonare a obiectelor din ceramică fină – porțelan, faianță, gresie – sunt necesare forme în lucru. Aceste forme de lucru se execută în cadrul atelierului de modelaj, materia primă fiind ipsosul. Ipsosul are proprietatea de a absorbi apa din pasta ceramică sau barbotina ceramică.¹⁶

Unelte și dispozitive folosite în atelierul de modelaj. În acest atelier se folosesc unelte diverse, unele fiind pentru operații unice, altele pentru operații multiple. Pentru confecționarea formelor de lucru, a formelor mamă și a modelelor de lucru, sunt necesare următoarele unelte și dispozitive: cuțite, lamele oțel, ciocane, lemn de bătut, dălți, șpacluri, ace de gravat, echer, compas, riglă, clește. Aceste unelte sunt necesare unui modelor pentru a-și putea desfășura activitatea.¹⁷

16 L. Muntean, *Îndrumătorul modelorului de ceramică fină*, București, p. 8

17 *Ibidem*, p. 25

Exemplificarea confecționării modelelor de lucru prin strunjire. Pentru exemplificare se va prezenta confecționarea unui model de lucru pentru o farfurie. Trebuie menționat că formele de lucru de farfurioare urmează a fi executate după modelul de lucru, în cazul produselor executate prin strunjire, formele au două fețe. Fața superioară pe care este imprimat negativul produsului și fața inferioară pe care este imprimat un picior circular de sprijin, care va fi ieșit în relief ori scobit în formă. Acest picior trebuie să fie perfect concentric și paralel cu suprafața formei de farfurie. Astfel, un model de lucru pentru o farfurie va fi compus din două părți: baza modelului de lucru pe care s-a imprimat pozitivul produsului și inelul superior al modelului, care va da posibilitatea imprimării piciorului formei de lucru. Acest inel al modelului de lucru se va obține prin turnarea barbotinei de ipsos într-un model special, denumit, în limbajul modelatorului, „Ringstok”. Operația de strunjire a bazei modelului, pentru a potrivi inelul făcut de ringstok, se numește, în limbajul ceramic, operație de richțuire.¹⁸

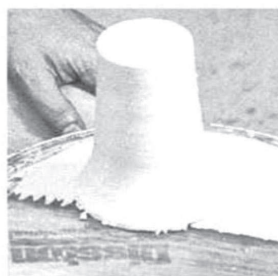
Exemplificarea confecționării modelelor de lucru prin turnare. La confecționarea unui model de lucru a unei căni de ceai sau cafea, sau a oricărui alt produs, se va executa câte un model sau mai multe pentru fiecare știclu în parte. O formă mamă pentru o cană de ceai obișnuită are patru șticluri. Deci pentru fiecare știclu în parte se va executa câte un model. Se va începe în părțile laterale, se vor unge bine cu emulsie de săpun toate părțile știclurilor. Vom executa o cofrare cu bucăți de sticlă tăiate după dimensiunile impuse pentru executarea modelului. Pentru nu a supradimensiona modelele de lucru, există o preocupare de dimensionare atât a inelelor, cât și a bazei modelului. Impunerea acestor dimensiuni are scopul de a se da o rezistență mecanică a modelului de lucru în vederea executării formelor de lucru și a economisirii de materie primă. În vederea executării bazei modelului se vor face unele pregătiri: deoarece unele părți ale modelului

¹⁸ *Ibidem*, p. 48

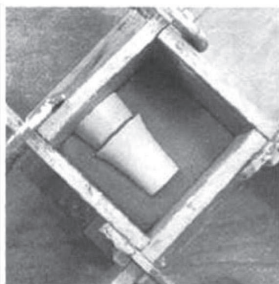
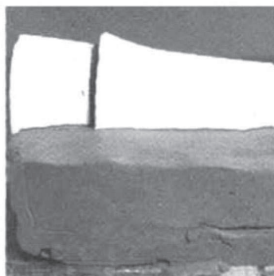
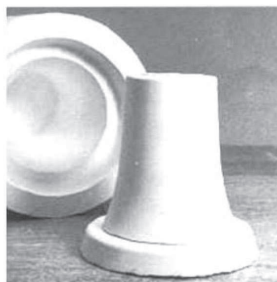
din ipsos vor fi mai puțin rezistente și expuse deteriorării premature, se iau măsuri ca aceste părți să fie confecționate dintr-un amestec de sulf și grafit; pentru turnarea acestor piese din amestec sulf-grafit trebuie pregătit lăcașul. După ce a fost turnat amestecul în lăcașul modelului și s-a răcit, piesa este scoasă, curățată și spălată cu apă pentru a înlătura rămășițele de ipsos. Formele de lucru pentru aceste sortimente vor fi executate prin schimbare de șticluri, cu ajutorul formelor mamă de lucru. În acest scop modelatorul va avea atât forma mamă, cât și un original cu care va multiplica formele mamă de lucru. Modelatorul va multiplica originalele turnând în forma mamă amestec de sulf-grafit, după care va executa forme mamă de lucru folosind aceleași principii de lucru ca și la primele forme mamă. Multiplicarea originalelor trebuie să fie executată cât mai corect spre a nu schimba anumite elemente ale primului original.¹⁹

Fluxul de preparare a masei ceramice. Pentru prepararea maselor ceramice sunt necesare utilaje diverse care alcătuiesc procesul tehnologic. Caolinul dozat se așază într-un bazin cu agitator cu palete sau elice. Nisipul și feldspatul, fiind materii prime mai dure, se introduc în mori cu bile în vederea măcinării lor.

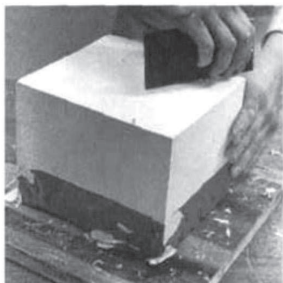
¹⁹ *Ibidem*, p. 51



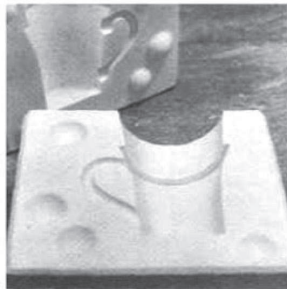
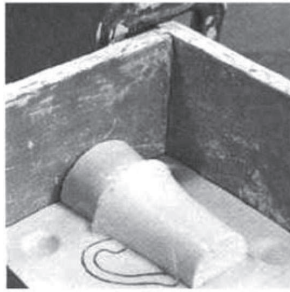
Strunjire la mașini automate, semiautomate sau strunjiri manuale.
În acest fel se fasonează produsele geometrice de rotație, cilindrice, circulare,
conice (Susan Peterson, *op. cit.*, p. 94)



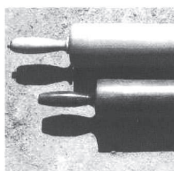
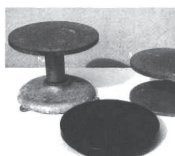
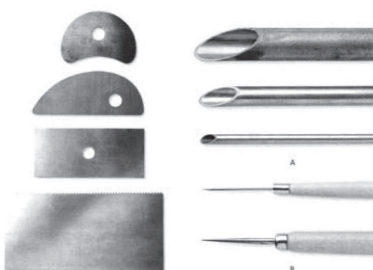
Turnare – se confecționează produse mai complexe, mai fine,
care au detalii diferite, finețe deosebită
sau sunt alcătuite din mai multe piese componente care se alipesc.
(Susan Peterson, *op. cit.*, p. 95)



Exemplificarea confecționării modelelor de lucru prin turnare
(Susan Peterson, *op. cit.*, p. 96)



Unelte necesare pentru rihtuirea, modelarea și turnarea formelor
(Susan Peterson, *op. cit.*, p. 97)



Unelte necesare pentru rihtuirea, modelarea și turnarea formelor
(Dolors Ros, *Keramiken herstellen und verzieren*, Ed. Michael Fischer, p.10)

1.4. Arderea I. Biscuit

Arderea numită și „biscuit” se realizează la temperatura de 890-900 °C, în cazul porțelanului, și la 1200-1250 °C, în cazul faianței. În urma acestor arderi nu se obține ciobul, ci se urmărește creșterea rezistenței produsului și mărirea porozității pentru absorbția glazurii. Arderea a doua conferă compoziția ciobului de porțelan. Produsele se încarcă pe vagoaneți alcătuiți din materiale refractare, cât mai variat, pentru a asigura o repartiție cât mai uniformă a temperaturii în cuptor. Glazurarea se poate face manual sau mecanic, prin scufundare sau pulverizare. La glazurare pot apărea diferite tipuri de defecte, scurgeri de glazură, care se îndepărtează prin colorarea glazurii cu un colorant organic; dacă defectele devin vizibile, se pot îndepărta prin curățarea surplusului de glazură. În urma arderii a doua pot apărea înțepături în glazură, iar dacă arderea nu e suficientă, poate apărea glazură mată.²⁰

Zona de preîncălzire. Trebuie să asigure încălzirea produselor în contracurent în mod uniform, cu gradienti termici cât mai mici posibili pe întreaga secțiune transversală a canalului, cu respectarea vitezei de încălzire prescrise în diagrama de ardere.²¹

Zona de ardere. Temperatura produselor se ridică până la valorile maxime prevăzute în diagrama de ardere. În această zonă trebuie îndeplinite următoarele condiții: dezvoltarea cantității de căldură; transmiterea căldurii suprafețelor de încălzire a produselor;

²⁰ *Ibidem*, p. 85

²¹ *Ibidem*, p. 86

izolarea termică eficientă pentru reducerea pierderilor din mediul înconjurător. Încălzirea se poate face cu flacără cu gaze fierbinți din arderea combustibilului. Debitul necesar de combustibil se repartizează pe un număr cât mai mare de arzătoare, dispuse pe ambele părți ale zonei de ardere, uneori și în boltă.²²

²² *Ibidem*, p. 87

1.5. Decorarea

În momentul în care produsele au ieșit de la arderea a II-a, s-au obținut produsele de porțelan. Acestea sunt descărcate de pe vagoaneți și sunt puse pe niște cărucioare care le transportă la o magazie intermediară. Înainte de a ajunge la această magazie, produsele sunt sortate și șlefuite la piciorul de bază pe care stau. Decorarea produselor din ceramică fină se execută în scopul diversificării și ridicării nivelului calitativ al produselor. Acestea se execută prin mai multe procedee: trasarea de linii și benzi, pulverizare, decalcomanii, ștampilare, litografiere, pictare și altele. În funcție de temperatura de ardere a decorului pot exista: decoruri de joasă temperatură (760-800 °C) arse la cuptoare electrice, cu gamă bogată de colorit, aur colodial, lustre și decalcomanii; decoruri de temperatură ridicată, de penetrație, arse la 1250 °C, gama restrânsă de colorit, dar rezistente la detergenți și spălături repetate; decorul sub glazură, tot de temperatură ridicată, se aplică pe masa poroasă apoi produsul e glazurat și ars. Coloranții ceramici sunt combinați de frite boroplumbice colorate cu oxizi metalici. Ca substanțe de legare se folosesc uleiuri eterice, ulei de garoafe, ulei de levănțică.²³

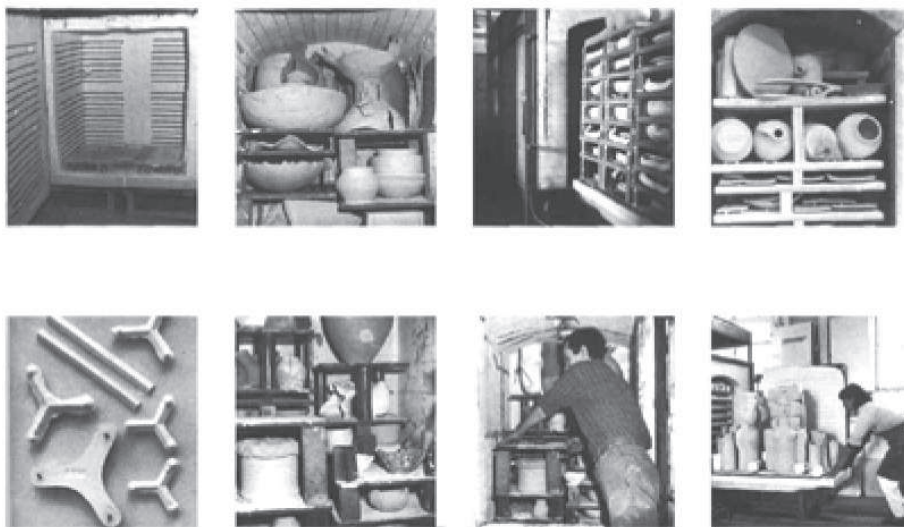
Decorarea cu pensula. Pensulele sunt auxiliare foarte prețioase ale decoratorului și, ca atare, solicită cea mai mare atenție, în momentul achiziționării lor și, apoi, în tot timpul lor de utilizare. Pentru diferite execuții tehnice decorative sunt utilizate forme de

²³ *Ibidem*, p. 103

pensule corespunzătoare. Pensula care se folosește pentru rânduri și pentru dungi fine și drepte; pensula ascuțită e folosită la reliefuri și la torți, fiind cea mai potrivită pentru decoratul cu mâna; pensula plată se folosește pentru bordurile în relief și la delimitat anumite porțiuni. De regulă, în industria ceramicii fine se folosesc pensule fixate în teci naturale pentru rânduri, iar pentru fond se folosesc pensule prinse în tablă. În general se folosește păr de veveriță sau păr de dihor, dar și pensule de vită, păr de porc, de bovină, în decorarea sub glazură.²⁴

Decorarea cu linii și benzi. Se face cu ajutorul aparatului de trasat linii marginale, cu ajutorul mașinii de trasat linii sau prin decorare manuală. Prin această manevră se execută decorul sub forma unor cercuri concentrice, dispuse pe marginea sau suprafața produselor.

Decorarea cu decalcomanii. Procedeul decorării porțelanului cu ajutorul decalcomaniilor constă în aplicarea manuală a decalcomaniilor



Cuptor electric. Stocarea vaselor pentru arderea I
(Susan Peterson, *op. cit.*, p. 217)

²⁴ *Ibidem*, p. 105

pe produsele de porțelan. În vederea asigurării condițiilor optime pentru decorarea porțelanului cu ajutorul decalcomaniilor este necesară respectarea următoarelor: depozitarea decalcomaniilor se face într-o magazie uscată; colile se vor depozita în poziție verticală pentru a nu se lipi între ele. În vederea aplicării, decalcomaniile se umezesc cu apă caldă, iar după ce sunt uscate, se transportă pe bandă la locurile de muncă, unde se completează decorul cu linii de colorant sau aur.²⁵

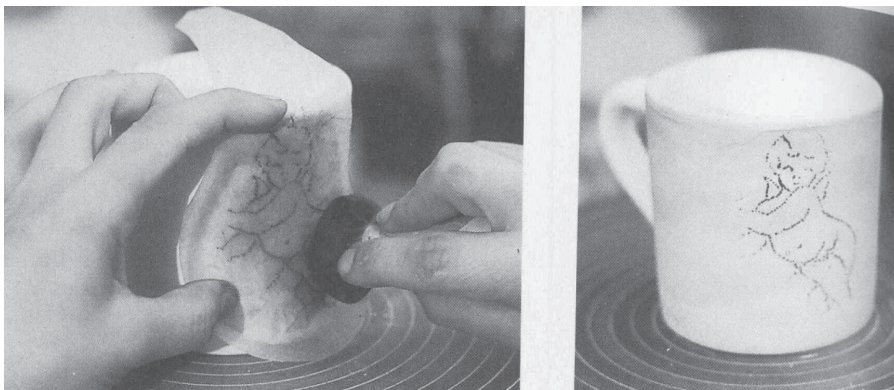
Decorarea prin sitografare. Procedeul decorării prin sitografare se realizează prin aplicarea coloranților pe produsele de porțelan cu ajutorul sitei special confecționate pentru acest scop.

Decorarea prin pulverizare. Se realizează cu ajutorul unor aparate de pulverizare cu aer comprimat. Această metodă e mult practică la articolele decorative, indiferent de configurația și mărimea lor. Folosirea metodei îmbunătățește calitatea aplicării colorantului, micșorând grosimea stratului aplicat de colorant aplicat și accelerând procesul decorării.



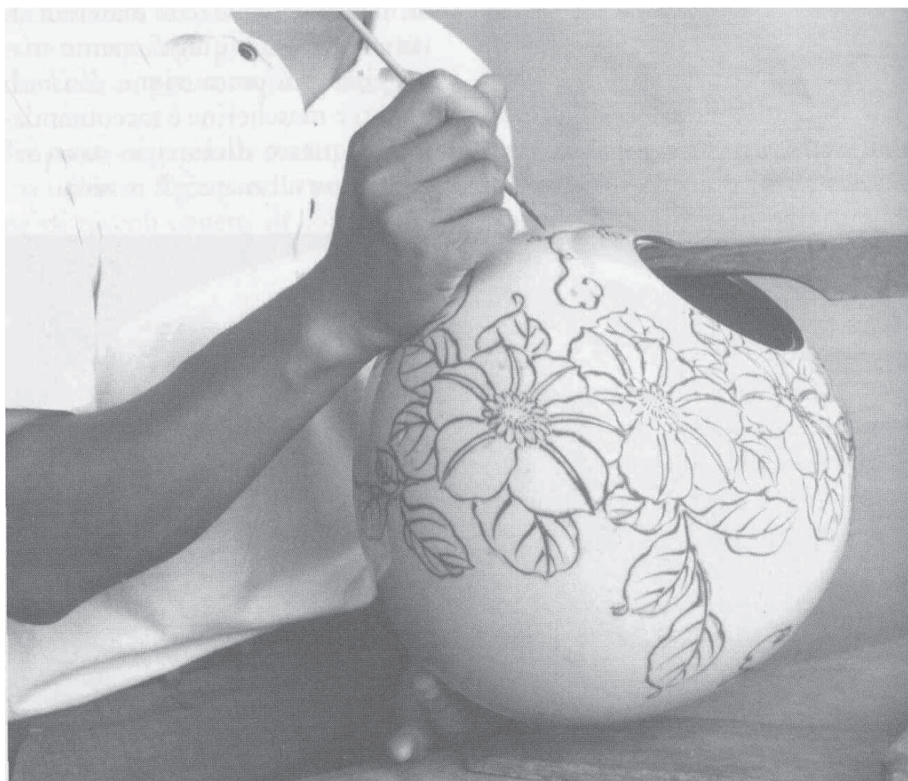
Procedeul de decorare: decalcomanie și serigrafie
(Nino Caruso, *Dizionario illustrato dei materiali e delle tecniche ceramiche*, p. 91)

²⁵ *Ibidem*, p. 110



Decor manual: pulverizare cărbune pentru creare de contur,
umplere cu smalt de diferite culori
(Piero Cademartori, *Corso completo di ceramica*, p. 121)

O altă metodă de decorare este pictura manuală care se execută cu ajutorul pensulelor și al penițelor. Frumusețea acestui decor depinde de îndemânarea, priceperea, modul de îmbinare a culorilor și felul execuției decorului aplicat de muncitorul specializat în acest sens.²⁶



Decor manual. Incizia desenului vine umplută cu culoare
(Nino Caruso, *op. cit.*, p. 60)

²⁶ *Ibidem*, p. 112

Arderea decorului. După aplicarea decorului și uscarea lui, produsele trebuie arse pentru a se putea fixa pigmentul colorantului pe produs. Acest pigment de colorant este amestecat cu o frită fuzibilă care, la 700 °C, se înmoaie și înglobează pigmentul colorantului, lipindu-se de glazură. În cazul decorării produselor cu coloranți pentru temperaturi mai ridicate, respectiv coloranți de penetrație 1250 °C, aceștia pătrund în glazură, care se înmoaie la această temperatură. Arderea produselor decorate se face în mediu oxidant întrucât în mediu reducător, au loc reacții de reducere, care duc la schimbarea culorilor, respectiv la rebutarea produselor. Pentru arderea decorului se folosesc: cuptorul electric de ars decorul cu unul sau două canale pentru temperatura de 700-800 °C; cuptorul tunel cu gaz metan pentru temperatura de 1250 °C.²⁷

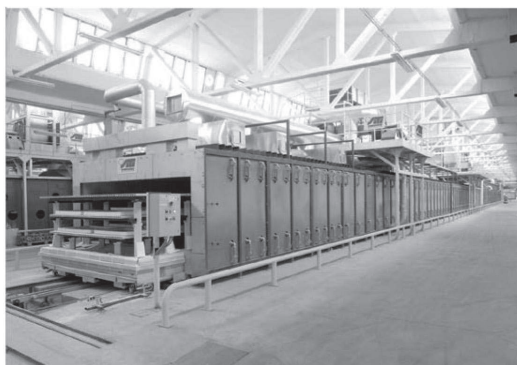
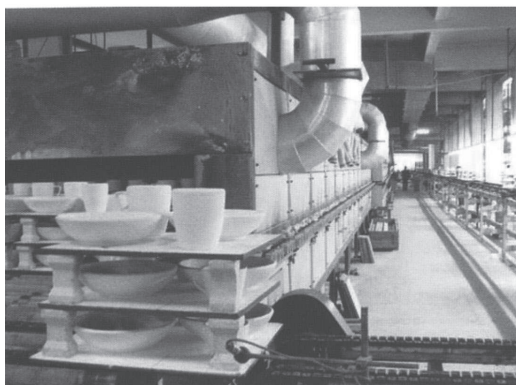
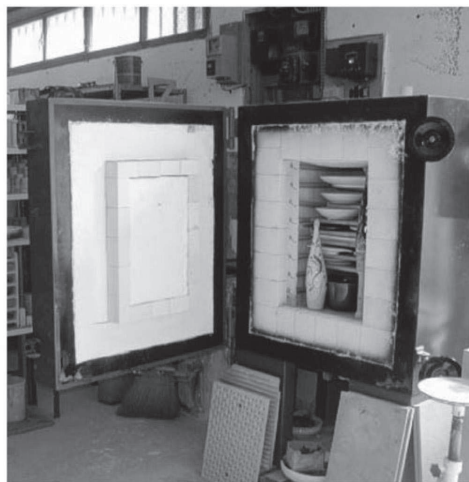
Cuptorul electric de ars decorul. Acesta este un cuptor electric de ars decorul cu două canale de ardere și două căi de transport. Transportul se face pe două șine metalice, iar în zona de ardere – o a treia șină – astfel ca suprafața de sprijin să fie cât mai bună. Cuptorul este construit din material refractar și plăci termoizolante speciale. Temperatura maximă de ardere este de 900 °C, iar timpul de ardere este 4-5 ore. Descărcarea produselor se execută numai după ce s-au răcit.

Cuptorul tunel cu gaz. Se folosește pentru arderea produselor decorate cu coloranți de temperatură ridicată, respectiv coloranți de penetrație pentru 1250 °C. Gazul metan intră în cuptor în zona de ardere prin patru arzătoare, plasate de obicei lateral, în partea superioară a cuptorului. Cuptorul tunel cu gaz metan are trei zone: zona de preîncălzire, zona de ardere, zona de răcire. Împingerea grupurilor sau a vagonetilor în cuptor se face hidraulic.

După ardere, produsele ies din zona de răcire, sunt descărcate în containere, sunt asamblate pe servicii, sortate, ambalate și iau drumul comerțului.²⁸

²⁷ *Ibidem*, p.112

²⁸ *Ibidem*, p.114



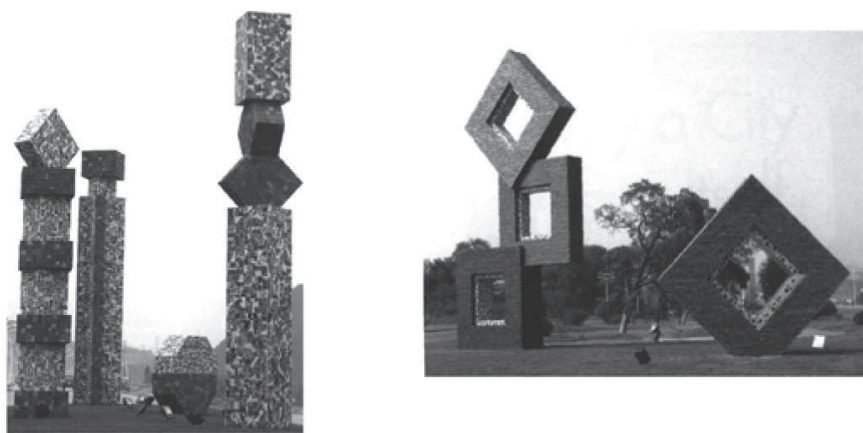
Cuptoare electrice industriale
(Susan Peterson, *op. cit.*, p. 68)

1.6. Ceramica monumentală

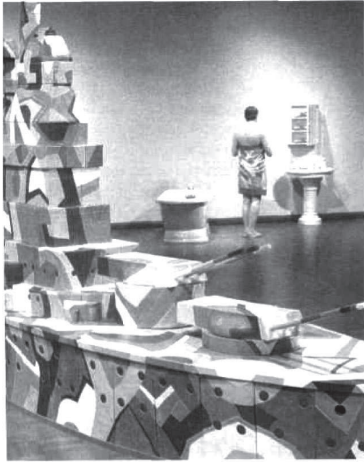
Nu este o noutate ideea de a ieși cu opera de artă în spațiul public sau privat, altfel spus, de a crea lucrări destinate exteriorului. Este vorba despre lucrările cu destinație ambientală, menite a articula, a defini un spațiu, o construcție, de a crea un punct de interes cultural. Chiar dacă în lume acest gen de lucrări constituie ceva obișnuit în preocupările arhitecților și urbanistilor, în ultimii ani, febra construcțiilor de la noi este departe de a avea în vedere și ceea ce se întâmplă cu spațiul din preajmă, fie el public sau privat. În mod obișnuit, acesta este folosit la o densitate maximă, eliminând de multe ori intimitatea, natura din preajmă, ceea ce face ca noile cartiere de lux din țară, să aibă mai degrabă statutul unor ghetouri, să sugereze o existență ce se desfășoară doar în interiorul construcției, să fie, altfel spus, o prelungire a vieții de la bloc. Nu suntem siguri cui aparține vina, proiectanților sau beneficiarilor, dar ceea ce se vede, arată o necunoaștere a culturii ambientului, a faptului că exteriorul este la fel de important ca și interiorul. În acești ani nu mai putem vorbi despre o ofertă în domeniul artelor monumentale, mă gândesc la un întreg segment al artelor plastice, de la tapiseria destinată, desigur, interioarelor, la lucrări de sticlă, dar mai ales la pictura monumentală, la mozaic, la ceramica monumentală, toate acestea destinate mai cu seamă spațiilor exterioare.

Pentru arta românească, anii '70 au reprezentat în această zonă o adevărată explozie. Comenzile veneau din partea statului, fără a domina, așa cum am fi dispuși să credem, lucrările cu caracter propagandistic. Importante au fost performanțele realizate în zona tehnologiilor, faptul

că ne înscriam – așa cum am spune astăzi – într-un trend al epocii, ca un limbaj bazat pe tehnici complexe, ce țin de un anumit tip de industrializare, s-a putut afirma, că am putut vorbi și la noi despre zone ambientate cu lucrări de artă. De la începutul anilor '90, lucrurile s-au degradat mult în acest domeniu al artelor plastice, a cărei dezvoltare a ținut și va ține întotdeauna de un comanditar, fie că acela vine din zona privată sau oficială. Este o artă care impune o cultură a spațiului, a ambientului și la care, probabil, cu greu ne putem gândi astăzi, când, la nivelul comportamentului civic, ne întâlnim cu grave abateri – de la elementara curățenie, la respectul pentru celălalt, pentru spațiul public.



60. Ceramica monumentală (Ceramics Technical, 2008, p.55)



Ceramica, obiect artistic.
(Dolors Ros, *op. cit.*, p. 32)

1.7. Manifestări culturale. Târguri

Olarii își pot valorifica în cadrul târgului cele mai autentice lucrări, trezind astfel interesul orășeanului pentru arta populară. Târgurile tradiționale se deosebesc, în anumite privințe, de cele de astăzi: prin spontaneitatea lor, prin predominarea vaselor de larg consum și prin faptul că mulțimea cumpărătorilor formau „juriul”, bazându-se pe experiența proprie. Vasele de folosit, după cum trădează și numele lor, trebuiau să fie bune și ușor de mânuit, să absoarbă apa, să fie stabile și să corespundă pretențiilor igienice, dar pe lângă aceste însușiri funcționale trebuiau să placă ochiului și să încânte sufletul.

Acum asistăm la un fenomen de marketizare a tradițiilor, care este universal și care reprezintă o adaptare a meșteșugarilor la condițiile actuale de piață. Amatorii de artă autentică și colecționarii sunt gata să caute, în noianul de lut ars sub diferite chipuri, obiectele cele mai migălos lucrate, motivele mai puțin cunoscute, culorile naturale, liniile măiestrit pictate, în sfârșit, unicatele ce le-ar prinde bine în colecția lor. Cei care au admirat și cumpărat piesele unicate ale olarilor de renume au învățat că poți descifra istoria unei comunități din însemnele inscripționate pe vas.

Ceramica decorativă transilvăneană a trezit interesul specialiștilor, colecționarilor și pasionaților de artă, în special datorită frumuseții și originalității ei, fiind un subiect central, frecvent întâlnit în cadrul simpozioanelor internaționale. Grație splendorii sale, ceramica decorativă este întâlnită în întreaga Europă. Intenția muzeografilor a fost de a valorifica expozițional nu doar colecția Muzeului de Etnografie

Săsească „Emil Sigerus”, care cuprinde cea mai completă și valoroasă colecție de ceramică (4.000 de piese), alcătuită din donații și achiziții realizate de Ulbrich Jozsef, Karl Erwin Ulbrich, Mathias Speck, Johann Miess, Martin Reschner, Franz Zimmerman, Friedrich Teutsch, Julius Bielz, Misch Orend, Wilhelm Richter, Hedwiga Rușdea, Carl Engber, ci și piese reprezentative care aparțin muzeelor din țară și colecțiilor private. Unică prin dezvăluirea secretului de producție și a evoluției ornamentelor de-a lungul timpului, expoziția urmărește, deopotrivă, prezentarea vaselor, nu doar ca obiecte de artă, ci și ca obiecte uzuale, de ambientare a interiorului contemporan, sugerând oportunitatea unui studiu comparativ referitor la tipologia și specificitatea ceramicii în întreg spațiul european.

Târgul anual de olărit „Cocoșul de Hurez”, destinat tuturor olarilor din România, este organizat pe platoul „Stejari”, în prima săptămână din luna iunie și durează trei zile. Printre meșterii populari, veniți la târg din toată țara, se numără și reprezentanți de seamă ai ceramicii de Horezu: Eufrosina Vicsoreanu, Dumitru Mischiu, Costel și Ionel Popa, Bascu Mihai, Frigura Viorel și mulți alții. Cea mai mare parte a produselor premiate sunt expuse la galeria de artă contemporană, deschisă la Casa de Cultură din Horezu. Ceramiștii din zonă sunt adevărați meșteri care respectă tradiția și care au făcut saltul de la etnografic la artistic, de la utilitar la estetic, produsele de lut devenind adevărate opere de artă.

Cadrul de dezvoltare al acestui remarcabil fenomen, ceramica de Hurezi, și locul de desfășurare a târgului nu sunt întâmplătoare. Vecinătatea unor importante nuclee de cultură și civilizație românească – mănăstirile Arnota, Bistrița și Hurezi – și-a pus o amprentă clară asupra creației artistice populare (să nu uităm că, de-a lungul timpului, comunitatea de olari de la Horezu a fost antrenată nu numai în realizarea de vase ceramice destinate trebuințelor specifice gospodăriei țărănești, ci și unor nevoi ecleziastice și chiar princiare). Astfel, aceste monumente ale istoriei și culturii românești și europene au transmis

străvechiului meșteșug tradiția și perenitatea lor. Pentru o receptare corectă a dimensiunii olăritului românesc, vizitatorul și amatorul de ceramică populară au la dispoziție un excepțional reper istoric al meșteșugului, Galeria de artă populară contemporană de la Horezu, care prezintă, după trei decenii de la înființare, câteva mii de exponate unicat, preponderent ceramică, din cele mai reprezentative centre de olărit din România. La fiecare ediție se adaugă noi obiecte, donate de participanții la târg, actualizându-se astfel, an de an, tabloul evoluției ceramicii românești, mutațiile ce s-au produs în tehnica de prelucrare a lutului, diversificarea formelor, a motivelor și, nu în ultimul rând, evoluția personalității artiștilor.

Povestea târgului de ceramică „COCOȘUL DE HUREZ” începe în vara anului 1971, pe malul bătrânului Alutus, atunci când organizatorii Festivalului de folclor „Cântecele Oltului” au avut harul să adauge la această sărbătoare a cântecului, jocului și portului popular, sărbătoarea lutului, a lutului care prinde viață în mâinile fermecate ale meșterilor olari. Începând cu 1974 (a IV-a ediție), târgul este așezat în vatra lui firească, la Horezu, locul unde se desfășoară – Parcul de la stejarii seculari – oferind fiecărui participant spații pentru a-și expune lucrările. Prin invitarea la târg a olarilor din celelalte centre românești, maghiare și săsești, se realizează o foarte bună viziune de ansamblu a olăritului contemporan. Galeria de artă populară contemporană, ce funcționează în sălile Casei de Cultură „Constantin Brâncoveanu” din Horezu, acumulează an de an „recolta valorică”, constituindu-se, asemenea târgului, într-o corabie salvatoare a unui meșteșug multimilenar. Prezentarea pe scurt a târgului de ceramică „Cocoșul de Hurez” este aproape imposibilă, deoarece nu este de-ajuns să spunem că este cel mai reprezentativ și nu este suficient să spunem că este cel mai frumos, pentru că el, în timp, a devenit o adevărată „academie a olarilor”.

Sosiți din toate centrele active din țară, olarii alcătuiesc, prin alăturarea la târg a roadelor muncii și inspirației lor, un tablou

complet al fenomenului olăritului contemporan. Acest fenomen atrage an de an mii de cunoscători și admiratori ai autenticului românesc, ai tradiționalului adus la nivel de artă, oameni care știu să distingă valoarea consacrată prin valorile certe ale artei populare și tradiției multiseculare a acestui vestit meșteșug.

Pornind de la tradiția străvechilor târguri de Moși, această manifestare se constituie ca o frescă a creațiilor meșteșugarilor lutului din România. Fiind înzestrat cu o vitalitate creatoare de excepție, Horezu este un caz aproape singular în cadrul centrelor ceramice românești prin faptul că meșteșugul este practicat ca principala sursă de venit a descendenților vestitelor familii de ceramiști Vicsoreanu, Iorga, Frigura, Mischiu, Popa, în condițiile unei societăți moderne, în permanentă schimbare. Este un argument care justifică atât perenitatea târgului, cât și largul ecou național și internațional al acestei extraordinare manifestări.

Astăzi, centrul ceramic Horezu continuă să fie un adevărat creuzet al creației ceramice românești, păstrând elementele definitorii pentru vasele lucrate aici, dar, prin infinita gamă a compozițiilor cromatice și decorative, conferind personalitate și expresivități nebănuite fiecărei piese în parte. Acest străvechi meșteșug se menține în vatra strămoșească, devenită acum strada Olari, unde meșterii modelează argila cu aceeași neîntrecută măiestrie ca și străbunii lor.

2. Relația dintre design și ceramică

Ceramica industrială și rolul *designului*. În primele decenii ale secolului XX-lea, ca o consecință a teoriilor aplicativiste propuse de către William Morris, s-a considerat că design-ul poate fi identificat cu asigurarea unei forme artistice obiectului industrial, cu „aplicarea criteriului artistic” la producția industrială. Până la urmă s-a dovedit că design-ul nu vizează artisticitatea, ci altceva, mai profund, dar diferit de ceea ce numim „artă”. Astăzi prin design se înțelege o nouă modalitate de exploatare a grupului de stimuli specifici, ce funcționează la acel nivel al materiei unde utilul fuzionează cu esteticul. Design s-ar traduce, în accepțiunile sale contemporane cele mai răspândite, prin „proiectare estetică de obiecte cu finalitate practică”. Cum termenul de design, astfel utilizat, privește atât „creația” de unicate, cât și producția în serie, se utilizează termenul de industrial design care poate fi tradus prin: proiectare estetică de obiecte cu finalitate practică, ce urmează a fi produse la scară industrială.

Între timp, intervine o altă experiență estetică fundamentală, o altă experiență pe care am putea-o numi experiența Bauhaus. Experiența lui Walter Gropius și a școlii Bauhaus se caracterizează printr-un deziderat opus celui formulat de către William Morris, dar convergând spre același rezultat. Bauhaus ne propune o artă care să țină seama de marile cuceriri ale științei și tehnicii din epoca modernă, care să se servească de noile materiale și noile tehnologii, specifice secolului al XX-lea.

Design apare, la teoreticienii din perioada Bauhaus, ca echivalent cu „a produce obiecte de tip artistic folosind mijloacele tehnice specifice industriei.” Imperativul îmbunătățirii condiției estetice a produselor industriei noastre, a desfacerii lor și al utilizării lor, ne obligă să ne gândim, mai întâi, la cei care proiectează obiectul și ambianța în care el va funcționa; apoi la cei care asigură executarea obiectului și a condițiilor sale optime de funcționare și, în sfârșit, la cei care execută obiectul și realizează întreaga ambianță a acestuia. În ultimele decenii s-a insistat asupra celor care consumă. Relația producător-consumator devine o relație care se cere privită cu maximum de atenție, atunci când ne propunem să discutăm despre design. Nu putem să nu observăm că atât condiția producătorului, cât și a consumatorului, cunosc o anumită dinamică, sunt supuse unor schimbări și unor fluctuații imposibil de neglijat.

Având ca țel principal gestionarea resurselor estetice și funcționale specifice producției de serie, design-ul a fost sortit să devină un fenomen socio-economic influențând și, la rândul său, fiind influențat de evoluția societății și a economiei. A explica design-ul astfel, ar fi un punct de plecare pentru o mai bună înțelegere a importanței sale economice. El reprezintă comunicarea cea mai directă între producător și consumator; nu se impune, ci atrage clientul; este democratic, deoarece mesajul său vizează mase largi de populație; este asociat cu noul, cu inovația; este conceput inteligent, eficient în producție și în utilizare. La nivelul străzii, cuvântul în sine este o reclamă imensă pentru produsul respectiv. O etichetă „designed by...”, un obiect cu o formă sau o culoare nouă sunt declarate ca fiind „design” și stârnesc interesul potențialilor cumpărători.

Designer-ul devine un personaj important, care se transformă într-un manager de design având capacitatea de decizie strategică. Deși interesul pentru design pare a fi evident atât pentru creator, cât și pentru consumator, pentru producător pare să fie inutil. Ei percep design-ul ca și o estetizare a produsului, ceva care se adaugă la sfârșitul ciclului de proiectare, ca fiind ceva „în plus”.

România are nevoie de designeri, dar nu știe să îi formeze, să îi dezvolte și să îi păstreze. De fapt, nu știe cât sunt de importanți pentru societate. Aici există, deopotrivă, o necesitate acută de design și un potențial creativ ridicat, însă, din cauză lipsei de dialog și a interesului factorilor decizionali, nu se întâmplă nimic. Este o situație hilară: designeri români fac studii în străinătate, iar noi importăm, de ani de zile, produse de uz casnic de o calitate îndoielnică, din Turcia sau Hong-Kong, cu un design de mâna a treia. În tot acest timp, industria românească produce conștiincios, pe stoc, aceleași mărfuri „triste” de pe vremea comunismului, deși, chiar cu tehnologia existentă, dar cu mai multă inteligență, s-ar putea produce obiecte de succes pe piață, într-un timp foarte scurt. Cred că managerii români, care doresc să realizeze într-adevăr ceva în întreprinderile lor, pot apela cu încredere la serviciile designerilor mai ales când noua lege a brevetelor include și protecția formelor industriale.

Thomas Munro, în lucrarea „Artele și relațiile dintre ele”, 1949, definește design-ul industrial mai mult sub aspect estetic decât tehnologic: „Design-ul industrial este arta de produce sau a planifica producția de obiecte, în majoritate tridimensionale, astfel încât să le facă potrivite pentru scopuri practice, utilitare și, de asemenea, satisfăcătoare din punct de vedere estetic, sub aspect vizual și sub alte aspecte.”

În lucrarea *The nature of Design*, Londra, 1964, David Pye, analizând formele din sistemul design-ului, remarcă anumite condiții care nu se pot supune celor din domeniul esteticului. Astfel tehnologiile înaintate, utilajele perfecționate, materialele condiționează corelarea geometrică a componentelor formei, impunând, în același timp, un anumit mod de concepție, proiectare și execuție. La determinarea formei și dimensiunilor trebuie să se aibă, de asemenea, în vedere solicitările ce decurg din funcționarea produsului. Este, de asemenea, necesar ca obiectul să fie ușor de utilizat, să ofere conținut sau randament maxim, iar producerea, procurarea, funcționarea și întreținerea să nu conducă la eforturi

economice mari. Pentru ca obiectul să fie plăcut și frumos, trebuie ca formele utile, care satisfac toate aceste condiții, să se îmbine armonios cu formele artistice. Se remarcă astfel faptul că design-ul este un fenomen complex, specific civilizației moderne, el datorându-și apariția și evoluția, unui ansamblu de factori.

2.1. Factori ai apariției și dezvoltării design-ului

Evoluția design-ului, ca fenomen estetic specific producției din epoca contemporană, este influențată de un complex de factori. Deoarece acești factori nu acționează separat, iar uneori au un rol indirect, o clasificare a lor este greu de realizat datorită complexității „fenomenului design”. Cu o anumită rezervă, se va încerca prezentarea unor grupuri de factori care au contribuit la apariția și evoluția design-ului.

Factori de ordin economic. În condițiile unor descoperiri științifice și tehnice, pe la mijlocul secolului trecut, producția industrială a putut satisface toate cerințele pentru anumite obiecte funcționale, pe piață găsiindu-se diverse produse de același tip în cantități peste strictul necesar. Deoarece un cumpărător îl prefera pe cel mai frumos, s-a pus problema acționării în sfera esteticului.

Factori de ordin tehnologic. Producția de bunuri a impus, în condițiile dezvoltării științifice și tehnice din ultimele secole, apariția mașinii, concepută, într-o primă fază, ca purtător de unelte. În această perioadă omul devine nemijlocit legat de mașină, deoarece el este acela care o supraveghează și o dirijează.²⁹

Factori de ordin științific. Studiile teoretice și mișcările artistice au condus, de asemenea, la apariția și dezvoltarea design-ului. Lucrarea „Vorschule der Asthetik”, a lui Theodor G. Fechner, 1876,

29 Lucian Raicu, *Grafic și visual între clasic și modern*, București, p. 295

tradusă de Tudor Vianu cu titlul „Propedeutica esteticii”, este prima dintr-o serie de lucrări din domeniul esteticii experimentale. Ea reactualizează geometria ca bază a formelor estetice. Despre procesul de percepție a volumelor, liniilor, culorilor și luminii, folosind metode experimentale noi, au realizat lucrări, Wolfgang Kohler „The task of gestalt psychology”, 1969, Rudolf Arheim – „Arta și percepția vizuală”, 1974.

Mișcarea artistică denumită „Stilul 1900” și cunoscută sub numele de „Art Nouveau” în Franța, „Jugendstil” în Germania, „Sezession” în Austria, „Modern Syle”, în Anglia, alături de contribuții în pictură, sculptură, arhitectură și arte aplicate, se preocupă și de domeniul design-ului. În această direcție se remarcă aportul unor grupări (Arts and Crafts, condusă de William Morris; Școala de la Glasgow, condusă de Ch. R. Mackintosh, mișcările belgiene și germane îndrumate de Henry van de Velde) care pun la baza creației lor, legătura dintre artistic și social. Cu toate că producția industrială de forme funcționale, influențată de „Stilul 1900”, încă preferă decorația abundentă, se constată noi orientări în planul concepției, cât și în planul realizării vizuale.

Se înființează societatea „Design and Industries Association” care are ca scop cooperarea dintre artiști și fabricanții de obiecte uzuale. Salutând această societate, ziarul „Times” din 17 mai 1915 remarcă: „Eroarea noastră, în toate artele aplicate, a fost că am presupus că ar exista o incompatibilitate, un conflict inevitabil între facultățile artistice, pe de o parte, și facultățile mecanice, științifice sau comerciale, pe de altă parte; că, de fapt, arta și simțul comun nu ar avea nici un fel de raport. Însă (în arta aplicată) nu poate exista artă fără simț comun, nici simț comun fără artă”.

J. Vienot o definește în 1935 astfel: „Estetica industrială este știința frumosului în domeniul producției și al produselor”. În noile condiții, termenul de estetică industrială nu se mai încadrează în concepția modernă de design, și chiar revista franceză „Esthetique

industrielle” a trebuit să-și modifice titlul începând cu 1967, în „Design-industrie”.

Factori de ordin cultural. Începând cu a doua jumătate a secolului al XIX-lea, se considera că diferitele aplicații pe părțile vizibile ale obiectelor utile, în afara stimulării cumpărătorului, pot să răspândească arta. Lipsa de ornamente, înlocuită cu o compoziție vizuală, bazată pe forme funcționale și estetice, poate duce la același rezultat. Criticul de artă englez Reyner Banham a remarcat că design-ul constituie ipostaza contemporană a artei populare.

2.2. Evoluția procesului de design

Ce este design-ul? Singurul element comun tuturor definițiilor anterioare este faptul că ele se referă nu la rezultatul design-ului, ci la ingredientele sale, afirmă Christopher Jones, în lucrarea sa *Design. Metode și aplicații*. În cazul în care dorim să găsim o bază mai sigură pentru raționamentele noastre, este preferabil să o căutăm în afara procesului însuși și să încercăm să definim design-ul prin rezultatele sale. Un mod simplu de a face acest lucru este de a privi la capătul lanțului de evenimente care începe cu dorințele organismului care asigură finanțarea și înaintea prin intermediul acțiunilor specialiștilor în design, ale fabricanților, ale distribuitorilor și ale consumatorilor până la efectele finale ale obiectului nou conceput asupra lumii, luate în ansamblu.

Ceea ce se poate spune cu certitudine este faptul că societatea, sau lumea, nu mai este asemănătoare cu cea care fusese înainte de apariția noului proiect. Dacă acesta are succes, el schimbă situația exact în sensul în care inițiatorul sperase că se va schimba. Dacă proiectul nu are succes (ceea ce, în multe cazuri, este mai probabil), efectul final ar putea să se îndepărteze foarte tare de speranțele inițiatorului și de previziunile proiectantului, dar el tot constituie, într-un fel sau altul, o *schimbare*. În ambele cazuri, Christopher Jones prezintă efectul design-ului ca inițiere, o *schimbare a lucrurilor create de om*.³⁰ Aceasta poate constitui, cel puțin pentru moment, definiția noastră simplă, dar universală, a procesului evolutiv care în trecut avea loc la o planșetă de desen, dar care

30 Christopher Jones, *Design. Metode și aplicații*, București, p. 11.

actualmente implică „cercetare și dezvoltare”, aprovizionare, proiectare industrială, proiectare de produse, marketing, proiectare de sisteme și încă multe altele. De îndată ce reflectăm asupra acestei din urmă definiții, observăm că ea se aplică nu numai activității inginerilor, arhitecților sau a altor specialiști în design, dar și activității economiștilor, juriștilor, cadrelor de conducere, ș.a. care doresc ca produsele, zonele urbane, serviciile publice, opiniile, legile ș.a. să își schimbe forma și conținutul. În toată această diversitate, ce s-a întâmplat cu specialiștii în design? Sub presiunea epocii moderne de a lucra mai științific, de a participa și de a se uni, nu și-au pierdut ei oare, acea calitate specială care îi deosebește de cei care efectuează o muncă „necreatoare”? Răspunsul este limpede, „da”, deoarece design-ul este pe cale să depășească stadiul de mister, care se limita la a fi capabil să desenezi și să prevezi situații viitoare numai în forme vizuale; și iarăși „da”, deoarece toate profesiunile, care nu sunt design, sunt nevoite să își planifice activitatea pe baze industriale, utilizând, ori de câte ori este cu putință, sisteme om-mașină.³¹

De ce este dificilă activitatea de design? Problema fundamentală este aceea că proiectanții sunt obligați să utilizeze informații existente, pentru a prognoza o stare viitoare care nu va avea loc decât dacă previziunile lor sunt corecte. Produsul final al procesului de design trebuie presupus înainte ca mijloacele de a-l realiza să poată fi cercetate: proiectanții trebuie să se întoarcă în timp, de la un efect presupus asupra lumii înconjurătoare până la începutul lanțului, care va aduce cu sine efectul. Dacă, așa cum este de așteptat, acțiunea de stabilire a etapelor intermediare scoate la iveală dificultăți neprevăzute, sau sugerează obiective mai apropiate, configurația problemei inițiale s-ar putea schimba atât de drastic încât proiectanții să fie nevoiți să ia totul de la început.³²

31 *Ibidem*, p.12

32 *Ibidem*, p.16

Este design-ul o artă, o știință sau o formă a matematicii?

Părerea, pe care o susține Christopher Jones aici, este aceea că design-ul nu trebuie confundat nici cu arta, nici cu știința, și nici cu matematica. El este o activitate hibridă, al cărei succes depinde de o îmbinare fericită a tuturor acestor trei elemente și care are cele mai puține șanse de reușită atunci când se rezumă în exclusivitate la una singură dintre ele. Principala diferență între design și disciplinele menționate este de natură temporală. Atât artiștii, cât și oamenii de știință operează asupra lumii fizice, așa cum există în prezent (fie ea reală sau simbolică), iar matematicienii operează asupra unor relații abstracte, independente de timpul istoric.

Specialiștii în design, pe de altă parte, sunt obligați pe vecie de a trata ca reale lucruri care nu există decât într-un viitor imaginat și trebuie să precizeze mijloacele prin care un lucru prevăzut poate fi făcut să existe. Este interesant de comparat atitudinile, instrumentele și criteriile utilizate în știință, în artă și în matematică. Scopul unui om de știință este de a descrie în mod precis și de a explica fenomenele care există. Atitudinea sa este aceea de scepticism și îndoială: principalele sale instrumente sunt experiențele pe care le organizează cu grijă, pentru a combate diverse ipoteze, căutând adevărul prin afirmarea contrariului.

Un artist, de pildă un pictor sau un sculptor, este, de asemenea, neimplicat în viitor și puternic preocupat de prezent. Țelul său este de a manipula, pentru satisfacția însăși pe care i-o dă această activitate, un mediu care are o existență simultană cu acțiunile sale. (Există, desigur, artiști care utilizează schițe sumare, modele, partituri muzicale și alte elemente asemănătoare, cu ajutorul cărora își concep lucrările; dar, în acele momente, ei acționează mai curând cu gândirea anticipativă a proiectantului decât cu impulsivitatea artistului.) Atitudinea intelectuală, pe care o cultivă un artist, este aceea de certitudine și de acceptare a acțiunii bazate pe dovezi exterioare minime sau inexistente

în sprijinul imaginației sale. El acționează în timp real, utilizând pe deplin capacitatea unui sistem nervos experimentat, pentru a răspunde în mod rapid unei imagini a lumii reale, obținute în mod intuitiv. În măsura în care specialiștii în design au nevoie să cunoască prezentul înainte de a putea prevedea viitorul, ei au, în aceeași măsură, nevoie de îndoiala științifică și de abilitate, pentru a stabili și observa rezultatele unui experiment controlat. Dar, atunci când lucrează cu viitorul, și nu cu prezentul, îndoiala științifică nu le este de niciun folos, și trebuie folosit un alt element, într-un fel mai apropiat de credință.

Abordarea artistică este pertinentă atunci când proiectantul trebuie să își croiască calea printr-un număr vast de alternative, în căutarea unui tipar nou și compatibil, pe care să își bazeze deciziile. În astfel de ocazii este necesar să opereze cu viteza gândirii asupra unui mediu cu răspuns rapid, sau a unui alt element analog, care reprezintă *forma* problemei. În viitor este de așteptat ca interacțiunea directă cu ecranul unui calculator să furnizeze instrumentul necesar pentru explorarea rapidă a acestor aspecte și forme în alternative.³³

Metode clasice. Definiția lui Jones, privitoare la design, referitoare la schimbarea lucrurilor create de om, ne-a condus să includem în procesul de design nu numai elaborarea desenelor de execuție, dar și planificarea întregii istorii a vieții produsului. Viziunea aceasta mai amplă este departe de imaginea convențională asupra design-ului: o activitate efectuată de niște oameni misterioși și puțin cu capul în nori, care transpun cuminte necesitățile practice în desene de produse accesibile și pe placul clientului. Noua noastră definiție nu exclude acest punct de vedere, dar ea permite să ne dăm seama că proiectantul nu reprezintă prototipul generic al specialistului modern în design sau al omului de concepție. Primul inițiator al schimbării lucrurilor create de om nu a fost „cel care

33 *Ibidem*, p.18

face desenele, ci cel care face obiectele”, meșteșugarul plin de talent, specialistul în design, care pornește de acolo de unde s-a oprit evoluția naturală. Este totodată necesar și apropiat să comparăm noile metode de design nu numai cu tradiția recentă a design-ului pe bază de desen, dar de asemenea cu metodele mult mai vechi din evoluția acestui meșteșug.³⁴

Evoluția meșteșugurilor. Procesul artizanal poate produce un obiect frumos și complicat, care ar putea fi luat drept opera unui specialist în design de înaltă calificare. Produsele meșteșugărești vădese și un aspect organic – de plante, animale sau alte forme, la care se ajunge prin evoluție naturală. Surprinzător, pentru noi, este faptul că această complexitate minunat organizată, a căruței de fermă, a oalei, a viorii sau a securii, a putut fi realizată fără ajutorul unor specialiști în design, cu experiență, și de asemenea fără ajutorul unor cadre de conducere, de desfacere, a inginerilor de producție și a numeroșilor specialiști pe care se sprijină industria modernă. Este, de asemenea, surprinzător că un meseriaș analfabet, numai cu ajutorul uneltelor sale simple, se dovedește a stăpâni un proces de evoluție fără a avea niciun echivalent de tip cod genetic din care să deducă formele complexe pe care el le crează. Totuși, așa cum vom vedea foarte curând, sub aparenta simplitate a meșteșugului primitiv stă ascuns un sistem subtil și viabil de transmitere a informațiilor, probabil mai eficient decât „design-ul pe bază de desen”, și care se aseamănă în multe privințe cu noile metode de design.³⁵

Design pe baza de desen. Metoda de design bazată pe construirea unor desene la scară este probabil familiară. Această separare între „a gândi” și „a face” are mai multe consecințe importante:

³⁴ *Ibidem*, p. 20

³⁵ *Ibidem*, p. 21

1. Faptul că dimensiunile sunt specificate înainte ca produsul să intre în procesul de fabricație face posibilă *scindarea procesului de producție* în părți separate, care pot fi realizate de oameni diferiți. Aceasta este diviziunea muncii, care constituie, deopotrivă, slăbiciunea și tăria societății industriale.

2. Diviziunea muncii, care a devenit posibilă datorită desenelor la scară, poate fi folosită nu numai pentru necesitatea de a fixa dinainte dimensiunile, pe care un meșteșugar le-ar lăsa nedecise în scopul de a-și asigura surplusul de prelucrare necesar în momentul în care va asambla părțile și pentru anumite toleranțe subtile, corespunzătoare cerințelor specifice ale clientului său. Aceasta explică de ce diviziunea muncii conduce la o pierdere în ceea ce privește calitatea, care, și astăzi, ne face să considerăm produsele meșteșugărești ca aparținând frumoaselor zile din trecut. Consecința tuturor acestor lucruri este, desigur, aceea de a smulge procesului de producție o mare parte din dificultatea intelectuală și din aspectele sale pasionante, și de a le transfera unei noi categorii de oameni, cei care fac desenele. Se naște astfel design-ul, ca profesie. Așa cum vom vedea mai târziu, această trecere de la situația de meșteșugar din trecut la cea de proiectant este, în multe privințe, similară cu trecerea actuală de la activitatea de design la cea de cercetare în design, tema de bază a analizei noastre.³⁶

Efectul concentrării aspectelor geometrice ale producției într-un singur desen este acela de a conferi specialistului în design o gamă mai largă de receptivitate decât cea a meșteșugarului. Proiectantul poate vedea și mânui desenul ca un tot, și nimic nu îl împiedică – nicio cunoaștere parțială, nici costul ridicat al produsului – de a modifica, chiar substanțial, proiectul. Folosind rigla și compasul, el poate trasa cu rapiditate traiectoriile părților în mișcare și poate prezice repercusiunile pe care le va avea schimbarea formei unei părți asupra proiectului,

³⁶ *Ibidem*, p. 27

luat în ansamblu. Un specialist în design cunoaște prea bine ciclurile obositoare de modificare și remodificare, ce trebuie parcurse înainte de a se obține echilibrul fragil al proiectului final.

Această necesitate de permanentă revizuire a proiectului obligă specialistul în design să progreseze către nou modificând pe rând, fiecare desen, în loc de a compara simultan diferite proiecte de ansamblu în alternativă. Metoda clasică de design constă în a desena și a redesena modificări succesive, fie pe o aceeași coală mare de hârtie, fie pe o serie de copii ale schiței originale sau ale planului de ansamblu. Punctul de plecare al unui specialist în design este, în mod obișnuit, un singur desen, pe care și-l poate imagina suficient de precis cu ochii minții. Criteriul său de bază, atunci când compară o modificare cu alta, este compatibilitatea geometrică a părților, și acest lucru poate fi verificat pe desenul său. În acest fel, procesul de design pe bază de desen poate fi conceput ca o variantă accelerată a evoluției meșteșugurilor, caracterizată prin libertatea de a modifica mai multe elemente deodată, în loc de a modifica unul singur.

Compatibilitatea dintre un obiect proiectat și situațiile în care va fi realizat și utilizat constituie o altă problemă, și una în care specialistul în design se află pe un teren mai nesigur decât meșteșugarii, deoarece acesta trebuie să se bazeze în mare parte pe memorie și imaginație, ca să le spună ce va funcționa, sau ce nu va funcționa, și ce se poate face, și ce nu se poate face. Această dificultate poate fi învinsă obligând proiectanții să efectueze un stagiu practic, în cursul căruia ei învață să recunoască elementele de design nerealizabile, prea scumpe sau care nu se potrivesc cu gustul beneficiarului. Mediul de verificare, în care un tânăr proiectant învață să recunoască greșelile lucrărilor sale, nu este piață reală sau procesul real de producție, ci păreriile șefului său de proiect. Numai proiectele care sunt aprobate de conducător ajung în producție: foarte multe sunt respinse încă din cadrul atelierului de proiectare. Un bun proiectant începător învață, treptat, să se supună aprobării numai acele categorii de proiecte care au probabilitate să fie

acceptate de conducător, deoarece sunt compatibile cu experiența sa mai vastă. Din nefericire, nici șeful de proiect, nici simplii proiectanți nu dispun de un limbaj exact în care să descrie situațiile viitoare în raport cu care evaluează, mintal, validitatea unui proiect propus: desenul are deficiența critică de a nu transmite nimic cu privire la necesitățile utilizatorilor sau la problemele fabricației.³⁷

Această dificultate este, în parte, învinsă prin realizarea de modele și prototipuri, care pot fi văzute și testate, și, de asemenea, prin efectuarea unor calcule pentru a verifica performanțele elementelor critice. Astfel de prototipuri și calcule sunt comparabile cu tiparele și dimensiunile disparate, pe care le utilizează un meșteșugar pentru a obține niște repere într-o imagine, în mare parte mintală, referitoare la rețeaua de cerințe pe care se străduiește să le îndeplinească. Este important de remarcat că un desen la scară nu poate fi executat decât de o singură persoană, iar situațiile din practică, cărora va trebui să le corespundă elementul reprezentat de desen, sunt imaginate de o singură minte. Din această cauză, etapele de început ale procesului de design pe bază de desen sunt realizate de o singură persoană, de obicei un proiectant șef sau un șef de atelier. Noile metode, analizate aici, au drept scop tocmai a înlătura această deficiență, și anume, faptul că nu pot fi utilizate mai multe minți la stadiile cele mai critice ale procesului de design.

37 *Ibidem*, p. 28

2.3. Canalele de distribuție

Canalele de distribuție sunt, poate, elementele cele mai stabile din întreaga imagine, și cele a căror creare și modificare implică cheltuielile cele mai mari, fiind alcătuite, așa cum sunt în realitate, din experiența și abilitatea dobândite cu greu de oameni, care au corelat o linie existentă de produse cu o mare varietate de comercianți, agenți de publicitate, agenți comerciali și vânzători cu amănuntul, fiecare având propria sa imagine despre dorințele clientului. Distribuitorii nu sunt întotdeauna cointeresați financiar în proiectarea produselor existente și, ca urmare, vor fi adesea lipsiți de răbdare față de un producător care nu reușește să țină pasul cu schimbarea în cerere pe care ei o percep. Distribuitorii sunt însă nevoiți să sesizeze cererea potențială prin intermediul viziunii cumpărătorilor cu care vin în contact și punctul acestora de vedere este de la bun început deformat, căci se rezumă la mici variații față de ceea ce există, deoarece cumpărătorul nu are o experiență valabilă legată de lucruri total diferite. Deci influența distribuitorilor, în ceea ce privește propunerile de îmbunătățiri radicale ale performanțelor, depinde de măsura în care clienții acestora au început să le ceară.³⁸

Cumpărătorii. Aceștia sunt, uneori, unii și aceiași cu utilizatorii și alteori nu. În ambele cazuri, ei pot fi tratați ca fiind categorii distincte, ca urmare a diferenței marcate între reacția unei persoane la un produs

³⁸ *Ibidem*, p. 43

pe care nu l-a văzut niciodată și reacția aceleiași persoane după ce l-a utilizat și s-a obișnuit cu el. Principalul obstacol, în calea evoluției la acest punct, este, în primul rând, lipsa de abilitate a unui cumpărător de a prevedea propria sa capacitate, sau a altora, de a se adapta la un produs nou. Și șansele sunt iarăși împotriva unui proiect radical nou, deoarece avantajele sale operative trebuie acceptate pe încredere; în plus, este de așteptat ca potențialul cumpărător să ceară ca noul produs să concretizeze propria sa imagine interioară, imagine ce ar dori să fie recunoscută și de alții. Cumpărătorul este foarte sensibil la diferențe mici, dar semnificative în ceea ce privește stilul, culoarea sau modelul, dar poate foarte bine să rămână indiferent la forme total noi, care nu au dobândit încă un sens recunoscut sau o semnificație socială. Aceste diferențe de sensibilitate sunt argumente pentru a *nu* elabora proiecte noi pe baza rezultatelor unei cercetări de preferință.

Utilizatorii. Așa cum s-a arătat mai înainte, utilizatorii au nevoie de timp îndelungat pentru a se adapta la o schimbare de design și nu pot prevedea propriile lor reacții. Este firesc să presupunem că, dat un stimulent, ei se vor adapta (împotriva propriilor lor interese de perspectivă) la situații pentru care costul adaptării este ridicat, dar întârziat, de exemplu, obișnuința de a vorbi într-un loc de muncă zgomotos, care ar putea eventual să inducă o surditate definitivă. Cei care se ocupă cu această problemă vitală trebuie, uneori, să nu ia în considerare părerea utilizatorilor și să acționeze, în principal, pe baza rezultatelor observării comportamentului acestora și pe baza estimărilor etice și economice privind costul și avantajele adaptării.³⁹

39 *Ibidem*, p. 45

3. Definirea design-ului și calitatea produselor

Definirea design-ului și calitatea produselor este un articol al lui Andrei Dumitrescu, pentru Universitatea POLITEHNICA din București, în care face o analiză a cuvântului „design” și a contribuției importante în asigurarea calității produselor.

Design-ul exprimă prin trăsăturile sale tehnologia de ultimă oră din interiorul produsului, care ar putea rămâne anonimă, camuflată sub un design neinspirat. Design-ul, fiind mijlocul semiotic determinant al produsului, se racordează la valorile tradiționale ale segmentului de piață căruia îi este adresat. Astfel, eventualul cumpărător este persuadat că produsul, pe care îl percepe, este de o calitate deosebită. Firește, calitatea percepută prin design trebuie susținută prin aspectele practice ale produsului.

Pentru început, să analizăm părerea generală despre design. Majoritatea oamenilor știu că design-ul se referă la aspectul produsului. Unii au cunoștințe mai detaliate și ar putea afirma că design-ul se referă la estetica produsului. Termenii, aspectul produsului și estetica produsului, par echivalenți, dar această situație este înșelătoare, după cum se va indica mai jos. Aparent, termenul estetica produselor este precis, dar acest fapt nu se confirmă. În estetică, sunt trei domenii care se raportează la produse: design-ul, artele decorative sau aplicate și artizanatul.

Lista de definiții ale design-ului

În acest paragraf, vor fi prezentate, pentru a fi analizate ulterior, o serie de definiții ale design-ului, propuse de autori diferiți atât ca pregătire, cât și ca domeniu de activitate.

a) *Thomas Munro, critic (1949): „Design-ul este arta de a produce sau planifica producția de obiecte, în majoritate tridimensionale, astfel încât să le facă potrivite pentru scopuri practice, utilitare și, de asemenea, satisfăcătoare din punct de vedere estetic sub aspect vizual și sub alte aspecte.”*

b) *Jacques Viennot, critic (1953): Design-ul „e știința frumosului în producția industrială”.⁴⁰*

c) *L. Moholy-Nagy, designer și profesor de design (1965): „Design-ul este pentru viață.”⁴¹*

d) *Ionel Achim, critic de artă și design (1972): Design-ul este „o teorie și o practică a intervenției metodice asupra obiectului, menită să realizeze o unitate armonioasă între realizarea superioară a funcției utile (eficiență și economicitate) și forma vizuală a obiectului tehnic (produs industrial seriat), în urma*

⁴⁰ Dumitrescu, A., *Design, Printech*, București, 2000

⁴¹ Moholy-Nagy, L., *Vision in Motion*, Paul Theobald and Company, New York, 1965

*căreia se realizează acea producție după legile frumosului, când frumosul și utilul fac corp comun indivizibil.*⁴²

*e) Virgil Salvanu, profesor de design (1978): „Design-ul este o activitate de creație artistică și tehnică adaptată producției industriale contemporane.”*⁴³

*f) David Pye, critic de design (1978): „Scopul design-ului e promovarea fericirii umane.”*⁴⁴

*g) Mircea Ionescu-Muscel, critic de design (1981): „Design-ul industrial include atât originalitatea soluțiilor adoptate pentru asigurarea funcționalității produselor, cât și ideile care stau la baza procedeele de industrializare a acestora.”*⁴⁵

*h) Edward Lucie-Smith, istoric și critic de design (1983): Design-ul este „determinarea formei obiectelor ce vor fi executate de mașini.”*⁴⁶

*i) Gross, critic de design (1983): „Obiectul de studiu al design-ului, ca și al activității practice a designer-ilor, este limbajul produsului. Limbajul produsului, incluzând și relațiile senzoriale om-produs, se divide în funcțiile următoare: estetic-formale, indicative și simbolice.”*⁴⁷

42 *****, Dictionar de estetica generală, Ed. Politică, București, 1972

43 *****, Știință și tehnică, București, nr. 5, 1978

44 Pye, D., *The Nature & Aesthetics of Design*, Ed. Herbert Press, Londra, 1978

45 Ionescu-Muscel, M., *Tehnologia cercetării aplicative de produs*, Ed. Tehnică, București,

46 Lucie-Smith, E., *A History of Industrial Design*, Ed. Phaidon-Oxford, 1983

47 Bürdek, B., *Diseño. Historia, teoria y practica del diseño industrial*, Gustavo Gili, Barcelona, 1994

j) Albera și Monti, critici de design (1986): „Design-ul indică acele aspecte ale proiectării al căror scop este să determine calitățile estetice ale unui obiect ce este fabricat în serie printr-o tehnologie industrială.”⁴⁸

k) Klaus Krippendorf, specialist în semiotică (1990), consideră că termenul design provine de la latinescul „de” + „signare”, ceea ce înseamnă conferirea calității de semn unei entități.⁴⁹

l) Ettore Sottsass, designer (citată în 1993): „Pentru mine, design-ul... este un mod de a discuta despre viață. [Design-ul] este calea de a construi o posibilă utopie sau metaforă figurativă despre viață. Cu siguranță, pentru, mine, design-ul nu este restrâns la necesitatea de a da formă unui produs mai mult sau mai puțin stupid pentru o industrie mai mult sau mai puțin sofisticată.”⁵⁰

m) Tomas Maldonado, designer (citată în 1994): „Design-ul este activitatea creativă, ce constă în determinarea proprietăților formale ale obiectelor ce sunt produse industrial.”⁵¹

n) Penny Sparke, critic și istoric de design (1995), apreciază că, de-a lungul ultimelor două secole, design-ul a fost asociat cu producția de masă și consumul de masă.⁵²

48 Albera, G., Monti, N., *Italian Modern - A Design Heritage*, Rizzoli, Milano, 1986

49 *****, *The Idea of Design*, MIT Press, Massachusettes, 1990

50 Dormer, P., *Design Since 1945*, Thames and Hudson, Londra, 1993

51 Bürdek, B., *Diseño. Historia, teoria y practica del diseño industrial*, Gustavo Gili, Barcelona, 1994

52 Sparke, P., *An Introduction to Design & Culture in the Twentieth Century*, Routledge, Londra, 1995

o) Guy Julier, *critic de design* (1997): *Design-ul este „inventarea creativă de obiecte destinate reproducerii seriale (respectiv fabricării într-un număr mai mare decât unu)”*.⁵³

p) Charlotte și Peter Fiell, *critici de design* (2000): *„Design-ul - concepția și planificarea de produse pentru producția de serie - este un proces creativ și inventiv concentrat pe sinteza unor factori instrumentali ca inginerie, tehnologie, știința materialelor și estetică pentru elaborarea de soluții aplicabile în producția mașinistă care să îndeplinească necesitățile și dorințele utilizatorului în cadrul constrângerilor tehnice și sociale.”*⁵⁴

q) *Industrial Design Society of America*: *Design-ul este „serviciul profesional de creare și dezvoltare de concepte și specificații care optimizează funcția, valoarea și aspectul produselor și sistemelor pentru beneficiul mutual al utilizatorului și fabricantului.”*

r) *Encyclopaedia Britannica*: *Design-ul este „proiectarea de produse realizate industrial pentru distribuirea de masă.”*⁵⁵

53 Julier, G., *Dictionary of 20-th Century Design and Designers*, Ed. Thames and Hudson, Londra, 1997

54 Fiell, Ch. & P., *Industrial Design A - Z*, Taschen, Köln, 2000

55 *****, *Encyclopaedia Britannica*, Londra, 2002

Analiza definițiilor citate ale design-ului. Înainte de toate, trebuie subliniat faptul că design-ul este un domeniu al esteticii, știința frumosului, după cum reiese din definiții. Scopul design-ului este sporirea calității vieții prin satisfacerea tuturor necesităților și dorințelor utilizatorilor.

O definiție completă a design-ului este următoarea: Design-ul este acel domeniu al esteticii – dezvoltat în sinteză completă cu celelalte științe asociate produsului cu scopul îmbunătățirii calității vieții prin satisfacerea tuturor necesităților și dorințelor utilizatorului – al cărui obiect este produsul de utilitate efectivă, proiectat printr-un proces creativ și metodic și realizat industrial prin producție de serie, ce posedă o semnificație proiectată în acord cu conținutul său și se adresează tuturor simțurilor. Deși pare exhaustivă, această definiție este completă și poate fi considerată ca un ghid general de proiectare a design-ului produsului pentru asigurarea deplină a calității. Pentru a verifica valabilitatea definiției, se va evalua măsura în care această definiție permite delimitarea design-ului față de celelalte domenii estetice ce se raportează la produs.

Limitele dintre design, arte decorative și artizanat. Zona esteticii aferentă produselor conține numeroși termeni: arte decorative sau aplicate, artizanat, design, Antichitate, styling, kitsch, estetica produsului și aspectul produsului.

Artele decorative sunt „oricare dintre acele arte ce se raportează îndeosebi la structura și decorația obiectelor care sunt apreciate în primul rând pentru utilitatea lor și apoi pentru calitățile lor estetice”. Sunt câteva elemente ce trebuie adăugate la această definiție. În primul rând, obiectul de artă decorativă prezintă o expresivitate remarcabilă față de obiectele similare. În al doilea rând, obiectul de artă decorativă poate fi utilizat sau nu. Aceasta ține de intenția cumpărătorului, care poate doar să-l contemple, fără a-l folosi efectiv. În al treilea rând, obiectul de artă decorativă este un unicat.

Artizanatul se referă la „obiectele utilitare realizate manual”, de obicei de viitorul utilizator. În România, artizanat înseamnă, în principal, produse realizate de țărani prin tehnici tradiționale. Erorile de execuție, vizibile pe obiectul de artizanat, măresc valoarea produsului.

Kitsch-ul este un termen des utilizat. Referitor la produse, un produs-kitsch este „un obiect lipsit de originalitate, profunzime și semnificație, un obiect în care sunt copiate arbitrar caracteristici ale capodoperelor din domeniu și/sau motive populare”. De fapt, semnificația nu este absentă, ci coruptă sau lăsată la bunul plac al cumpărătorului.

Estetica produselor este parte a esteticii și se referă la forma, culoarea, textura, temperatura percepută, sunetul, mirosul și semnificația produsului, proiectate unitar. Deoarece produsului-kitsch îi lipsește o semnificație proiectată corespunzător, kitsch-ul este în afara esteticii produsului. Aspectul produsului se referă doar la modul cum produsul este perceput de simțuri, într-o manieră dirijată sau liberă. Aceasta înseamnă că aspectul produsului include estetica produsului și kitsch-ul. Evident, aspectul produsului nu este o parte a esteticii. Estetica produsului include design-ul, artele decorative și artizanatul ca domenii separate. Styling-ul, după cum s-a arătat mai sus, este o parte a design-ului; zona gri dintre kitsch și estetica produsului conține obiecte de o calitate tehnică certă, dar cu o semnificație pierdută, și unele creații ale designer-ilor postmoderniști, care citează deliberat kitsch-ul.

După stabilirea limitelor dintre design, arte decorative și artizanat, este ușor de determinat ce este specific design-ului. Lista de elemente, ce trebuie incluse într-o definiție a design-ului, devine lista de criterii de evaluare comparativă a design-ului, artelor decorative și artizanatului.

Cuvântul design în limba română. În literatura de specialitate de limbă română publicată în anii '60 și '70, sintagma industrial design a fost preluată integral din limba engleză, fără nicio

grijă pentru etimologia sa. În limba engleză, design înseamnă plan, proiect sau model. A fost necesar să fie adăugat un nou cuvânt pentru a desemna noul domeniu estetic. În limba română, cuvântul design este un neologism și, evident, nu avea niciun înțeles înainte. Astfel, cuvântul design este suficient pentru a indica domeniul estetic considerat. În limba română, sintagma design industrial ar implica existența altor tipuri de design, opuse acesteia, de exemplu, un design artistic sau un design artizanal.

Autorul acestui articol militează pentru folosirea în limba română a unui singur cuvânt, ortografiat dizain, pentru a desemna domeniul estetic considerat. Cu acest articol, Andrei Dumitrescu a participat la a XII-a Conferință Științifică TEHNOMUS, cu participare internațională, Suceava (ISBN 973-666-017-6, p. 581-586, 2003).

CONCLUZIE

Ceramica populară este produsă în vederea vânzării de meșteșugari specializați, grupați în centre olărești. Această situație este deosebită de cea a altor domenii de artă populară și în special de importantul domeniu al textilelor: acestea din urmă, ca de altfel și categoria micilor obiecte artistice de lemn, sunt lucrate în interiorul fiecărei gospodării: orice gospodină știa să țasă covoare, pături, să croiască straie, să brodeze; orice bărbat știa să cresteze lemnul cu cuțitul. Situația diferită a ceramicii se datorează mai multor cauze. Olăria cere îndemânare deosebită și numeroase cunoștințe, fiecare greșeală, cât de mică, pricinuind, de cele mai multe ori, distrugerea vasului. În același timp, ea cere o muncă obositoare, multă putere, mai ales când e vorba de ceramici lucrate la roată și de aceea este o meserie caracteristic masculină, tot așa cum țesăturile sunt lucrate de femei. Apoi, uneltele olarului sunt costisitoare și greu de procurat; nu oricine își poate face o roată, și cu atât mai puțin, un cuptor de ars oalele sau o râșniță de măcinat huma și piatra. Dar, mai presus de toate, olăria cere condiții speciale de mediu. Mai întâi condițiile mediului natural: oalele nu se pot lucra decât din lut de bună calitate și de aceea centrele de olari se află totdeauna în apropierea unor cariere de lut; în același timp, olarii trebuie să-și poată procura ușor lemnele pentru ars vasele în cuptor și humele colorate. Condițiile de mediu social sunt foarte importante: pentru ca olarul să lucreze în vederea vânzării, este necesar să fi apărut schimbul economic în viața socială și să existe o

pieță de desfacere asigurată; de asemenea, olarii au căutat întotdeauna locurile adăpostite, ferite de atacuri și lupte. Așezarea la un loc a mai multor olari aduce însemnate foloase: astfel, ei având deseori cuptoare comune, se pot ajuta; câteodată apar specializări: unii lucrează la formarea, alții la împodobirea și alții la arsul vaselor; și materia primă se procură uneori în comun; desfacerea produselor se face în condiții mai bune. Așezarea laolaltă a olarilor este legată și de faptul că meseria de olar se transmite în fiecare familie, din tată în fiu, rămânând astfel grupate și practicând olăria pe baza unei tradiții comune.

Faptul că olarii lucrează vasele în vederea schimbului este de mare importanță, deoarece, în producția lor, olarii sunt obligați să țină seama de cerințele cumpărătorilor, modificându-și astfel producția după gustul lor și al modei. Așa se explică de ce unele centre vechi românești transilvănene și-au adaptat formele și decorația exterioară la cerințele unei clientele săsești, cu gusturi deosebite de cele ale vechilor populații românești; tot așa se explică și pentru ce, astăzi, olarii produc adesea forme noi, asemănătoare cu cele de oraș, făcute în metal.

Astăzi, stăruim cu privirea asupra ulcioarelor, oalelor de capacitate, străchinilor și a celorlalte tipuri de forme, nu numai din rațiuni utilitare, ci preponderent estetice. Succesul actual al unora dintre obiectele ceramicii populare contemporane se explică astfel și prin șansa de a descoperi, în structurile lor specifice, o părticică din aspirațiile și nostalgiile noastre, oferindu-ne bucuria unei regăsiri spirituale.

GLOSAR

Albeală – colorant alb, obținut din pământ, folosit la ornamentare (angobă)

Blid – farfurie de formă tronconică sau semisferică, cu buza dreaptă ori ondulată

Buză – capătul răsfrânt al pereților vasului care mărginește gura

Cârceag – ulcior cu gâtul strâmt

Cineri – farfurie de formă tronconică, cu buza adusă ușor în interior

Ciob – ghiveci de flori

Ciup – vase de mare capacitate

Ciur – strecurător

Cuvertă – strat care se așterne peste suprafața vasului; poate fi transparent sau opac, colorat sau necolorat; smalțul și emailul sunt cuverte

Degresant – material care se pune în compoziția pastei vaselor atunci când aceasta este prea grasă, lipicioasă

Email – strat vitrificat, colorat; așternut pe suprafața metalelor, servește pentru izolare și pentru decor

Fund – partea inferioară a vaselor pe care de obicei se sprijină

Grafitaj – culoare a suprafeței ceramicii obținută prin îmbinarea pastei cu particule de cărbune

Gură – deschidere prin care se umple un vas

Humă – lut mai curat, colorat uniform, uneori alb sau roșu

Incizare – zgârierea suprafeței vasului în scop ornamental

Încrustare – umplerea locurilor excizate sau incizate cu materiale colorate

Liant – material care se pune în compoziția pastei pentru a-i mări consistența

Lustru – strat cu aspect metalic, folosit în ceramica antică

Lut – argilă, silicat de aluminiu în stare impură, cu conținut bogat în apă

Mănușă – un fel de mâner care se lipește la exteriorul vaselor pentru a putea fi apucate; spre deosebire de mâner, mânușa este curbă și unește două puncte ale vasului

Perete – suprafața care unește fundul vasului cu gura

Pântece – partea proeminentă, de conținut, a vaselor de capacitate

Potlog – bucată de piele pentru netezit buza vasului

Refractar – material care ridică temperatura de ardere a vaselor; frita, șamota

Sgraffito – zgârieturile pe angobă care dau la iveală vasul

Smalt – acoperământ vitrificat prin ardere, pus pe suprafața ceramicii; poate fi transparent sau opac

Strachină – farfurie tronconică cu buză dreaptă și două toarte laterale

Verniu – acoperământ alcătuit pe bază de materii organice pus cu scopul izolării suprafeței

Vitrificare – transformarea prin topire și reacție chimică a materiilor fuzibile din pasta vaselor, ajungând astfel un ciob sticlos, puțin permeabil

BIBLIOGRAFIE

1. Dicționare, enciclopedii

- ANTONELLI, Paola, *Dictionnaire du design*, Paris, Ed. Seuil, 2001
2. *****, *Encyclopaedia Britannica*, Londra, 2002
3. *****, *Dicționar de estetică generală*, Editura Politică, București, 1972
4. CARUSO, Nino, *Dizionario illustrato dei materiali e delle tecniche ceramiche*, Milano, 2006
5. EVSEEV, Ivan, *Enciclopedia semnelor*, Timișoara, 1999
6. JULIER, G., *Dictionary of 20-th Century Design and Designers*, Ed. Thames and Hudson, Londra, 1997
7. WOODHAM, Jonathan M., *A dictionary of modern design*, Ed. Oxford

2. Bibliografie generală

- ARGAN, Giulio Carlo, *Walter Gropius și Bauhaus-ul*, București, 1976
- BENOIST, Luc, *Semne, simboluri și mituri*, București, Ed. Humanitas, 1995
- BENOIST, Luc, *L'Esotérisme*
- BERGER, René, *Artă și comunicare*, București
- BLAJ, Violeta, *Creatori contemporani*, în *Analele Banatului, seria Etnografii*, Timișoara, 1980
- BÖHRINGER, Hannes, *În căutarea simplității*, Cluj-Napoca, 2001
- BOURDIEU, Pierre, *Regulile artei*, București, Ed. Univers, 1998
- BREAZU, Marcel, *Dialoguri despre artă*, București, 1970
- CĂLINESCU, George, *Scrieri despre artă*, București, 1968
- COMARNESCU, Petru, *Mărturii despre Brâncuși*, Târgu-Jiu, 2001
- CROCE, Benedetto, *Elemente de estetică*, București, 1922
- DEMETRESCU, Camilian, *Culoarea suflet și retină*, București, 1966
- DE MICHELI, Mario, *Avangarda artistică a secolului XX*, Ed. Meridiane, București, 1968
- DIMA, Alexandru, *Probleme estetice*, Sibiu, 1943
- FOUILLÉE, Alfred, *Istoria filosofiei*, București, Ed. Odeon, 2000
- GUTA, Adrian, *Generația '80 în artele vizuale*, Ed. Paralela 45, București, 2008
- GIBSON, Clare, *Semne & Simboluri*, Oradea, 1998

- GREICEANU, Olga, *Compoziția murală*, București, 1935
- HUIZINGA, Johan, *Amurgul Evului Mediu*, (traducere de H.R. Radian), București, Ed. Meridiane, 1993
- HEGEL, Georg Wilhelm Frie, *Prelegeri de estetică*, București, 1966
- HUYGHE, René, *Dialog cu vizibilul*, București, 1981
- IANOȘI, Ion, *Dialectica și estetica*, București, 1971
- IONESCU, Gion, *Istoria Bucureștilor*, București
- JIANU, Ionel, *Brâncuși*, București, 2002
- MAGDA, Cârneli, *Artele plastice în România 1945-1989*, 2000, Ed. Meridiane, București
- MARINESCU, N.N., *Probleme de artă și tehnică*, București, 1997
- MIHĂILESCU, Plutarh-Anton, *Arta primitivă un univers*, București, 1970
- MIHALCU, Mihail, *Fața nevăzută a formei*, București, Ed. Tehnică, 1996
- MOHOLY-NAGY, L., *Vision in Motion*, Paul Theobald and Company, New York, 1965
- MONTI, Albera, G., N., *Italian Modern - A Design Heritage*, Rizzoli, Milano, 1986
- MÜLLER, Joseph-Émile, *Arta modernă*, București, 1963
- ORTEGA Y GASSET, José, *Dezumanizarea artei*, București, 2000
- PETROVICI, V., *Lumină și culoare în spectacol*, București, 1974
- PFEIFFER, Henri, *L'Harmonie des couleurs*, Paris, Ed. Dunod, 1966
- PINTILIE, Ileana, *Acțiunismul în România în timpul comunismului*, 1999, Ed. Idea, Cluj.
- POGORILOVSCHI, Ion, *Viziunea axială a lumii*, București, 2001
- PRODAN, Constantin, *Îmbrăcămintea românească*, București, 1940

- RAICU, Lucian, *Grafic și visual între clasic și modern*, București
- RAȚIU, Dan-Eugen, *Moartea artei*, Cluj-Napoca, 2000
- READ, Herbert, *Semnificația artei*, București, 1960
- RUSU, Liviu, *Logica frumosului*, Cluj, 1946
- SIMIONESCU-RÎMNICEANU, *Necesitatea frumuseții*, București, 1925
- SMITH, R.R.R., *Hellenistic sculpture*, Ed. Thames and Hudson, London, 1995
- TITU, Alexandra, *Experimentul în arta românească după 1960*, 2003, Ed. Meridiane, București.
- VĂTĂȘIANU, Virgil, *Istoria artei europene*, Cluj-Napoca, 2000
- VEZOC, Alfons, *Peisaje bănățene*, Timișoara, 2001
- VIANU, Tudor, *Estetica*, București, Ed. Orizonturi, 1996
- VIANU, Tudor, *Arta și frumosul*, București, 1931
- Le symbolisme de la Croix*, Paris, Ed. Vega, 1931
- Les symboles maçonniques d'après leurs sources*, Paris, Editions Teletes, 1990
- *****, *The Idea of Design*, MIT Press, Massachusettes, 1990
- *****, *Știință și tehnică*, București, nr.5, 1978

3. Bibliografie specială

- ATKIN, Jacqui, *Lavorare la ceramica a mano*, Milano, 2004
- BLAJ, Violeta, *Ceramica populară bănăţeană*, Ed. Waldpress, Timișoara, 2004
- BLAJ, Violeta, *Forme și ornamente în două centre de ceramică bănăţene-Biniș și Lăpușnicul Mare*, în *Studii și Comunicări de Etnografie – Istorie*, Caransebeș, 1979
- BROHAN, Torste, *Design classics*, Köln London Madrid Tasche, 2001
- BÜRDEK, B., *Diseño. Historia, teoria y practica del diseño industrial*, Gustavo Gili, Barcelona, 1994
- BUBBICO, Giovanna, *Arte e tecnica della ceramica*, Florența, 2001
- BUCUR, Corneliu Ioan, *Suprafețe ceramice și design*, Sibiu, 2007
- CADEMARTORI, Piero, *Corso completo di ceramica*, Milano, 1997
- CONNELL, Jo, *Keramische Oberflächen*, Quarto Publishing, 2002
- DORMER, P., *Design Since 1945*, Thames and Hudson, Londra, 1993
- DUMITRESCU, A., *Design, Printech*, București, 2000
- DUMITRESCU, Andrei, *Definirea design-ului și calitatea produselor*, Ed. Politehnica din București
- FIELL, Ch. & P., *Industrial Design A - Z*, Taschen, Köln, 2000
- FIELL, Charlotte, *Designing the 21 st Century*, Köln Benedikt Taschen, 2003
- GODEA, Ioan, *Ceramica. Tehnologii tradiționale*, Timișoara, Ed. de Vest, 2007
- GODEA, Ioan, *La ceramique*, Ed. de Vest, Timișoara, 1995

- IONESCU-Muscel, M., *Tehnologia cercetării aplicative de produs*, Editura Tehnică, București
- JONES, Christopher, *Design. Metode și aplicații*, Ed. Tehnică, București
- MIHĂILESCU, Dan, *Limbaajul culorilor si al formelor*, București
- MUNTEAN L., *Îndrumătorul modelorului de ceramică fină*, Ed. Tehnică, București
- NICOLESCU, Corina, *Ceramica românească tradițională*, București, 1974
- PETERSON, Susan, *Contemporary ceramics*, London, 2000
- PETERSON, Susan, *Fare Cramica*, Ed. Zanichelli, Bologna, 1998
- POPESCU, Traian, Popescu Octavian, *Ceramica de Sasca Română în Studii și Comunicări de Etnografie – Istorie*, Caransebeș, 1977
- PYE, D., *The Nature & Aesthetics of Design*, Herbert Press, London, 1978
- QUARANTE, D., *Elements de design industriel*, Compiegne, 1984
- QUINN, Anthnoy, *The ceramics design course*, London, 2007
- ROS, Dolors, *Keramiken herstellen und verzieren*, Ed. Michael Fischer,
- SCRIPCARIU, Adriana, *Prima mea carte despre lut*, Ed. Piscu, 2007
- SLĂTINEANU, Barbu, *Arta populară – Ceramica*, Ed. de Stat pentru literatură și artă, București, 1958
- SLĂTINEANU, Barbu, *Studii de artă populară*, Ed. Minerva, București, 1972
- SMITH, Lucie-, E., *A History of Industrial Design*, Ed. Phaidon-Oxford, 1983
33. SPARKE, P., *An Introduction to Design & Culture in the Twentieth Century*, Routledge, Londra, 1995
34. UCĂ, Narcisa, *Ceramica de Vlădești. Tradiție și mutații contemporane*
35. WILLIAMS, Robin, *Inițiere în design*, Ed. Corint, București, 2003

4. Site-uri

http://facultate.regielive.ro/proiecte/arta/ceramica_populara-83694.html

<http://prehistoire.e-monsite.com/rubrique,mestesuguri-neolitice,1101580.html>

<http://www.misiuneacasa.ro/ceramica-de-horezu--intoarcerea-catre-autentic.html>

<http://www.cultura.ro/Event.aspx?ID=1144&Loco=True>

<http://www.ziuaonline.ro/societate/ceramica-albastr-de-corund.html>

<http://www.traiesteromaneste.ro/2010/03/21/ceramica-neagra-de-la-marginea/>

<http://artavizuala21.wordpress.com/2010/12/11/ceramica-intre-traditie-si-experiment/>

<http://ziua.ro/display.php?data=2004-07-07&id=151829>

<http://artofolio.blogspot.com/2009/11/in-perioada-18octombrie-20-noiembrie.html>

<http://olivia.experimentalproject.ro>

CUPRINS

<i>Introducere</i>	5
1. Ceramica între tradiție și experiment	11
1.1. Materia primă. Formă și produs.....	22
1.2. Culoarea în designul de obiecte	32
1.3. Noțiuni introductive despre modelajul industrial	35
1.4. Arderea I. Biscuit	43
1.5. Decorarea	45
1.6. Ceramica monumentală	52
1.7. Manifestări culturale. Târguri.....	55
2. Relația dintre design și ceramică	59
2.1. Factori ai apariției și dezvoltării design-ului.	65
2.2. Evoluția procesului de design.....	68
2.3. Canalele de distribuție	76
3. Definirea design-ului și calitatea produselor	79
<i>Concluzie</i>	89
<i>Glosar</i>	91
<i>Bibliografie</i>	93

c o m e n z i
B R U M A R
T I M I Ş O A R A
str. A. POPOVICI 6
tel./fax: +40256203934
contact@brumar.ro
www.brumar.ro