

DESIGNUL INDUSTRIAL, PRINCIPAL MOTOR AL CALITĂȚII VIETII

Magda Sficlea¹

¹Art University "George Enescu" of Iasi-Romania, Department of Design

Corresponding author: Magda Sficlea, magdasficlea@yahoo.com

Abstract: Activitatea de industrial design este o parte integrată și activă a vieții de zi cu zi. Acum, fiecare obiect ce ne înconjoară este marcat de influența profesională a designerului. El intervine în cea mai mare măsură asupra obiectului creat din punct de vedere semantic și estetic dar fără a omite ancorarea sa în funcțional și structural, localizându-l totodată corect în funcție de dezvoltarea istorică și socială a ființei umane, punându-l în contact cu cele mai noi și pertinente metode de optimizare materială și tehnologică. Partea creativă și inovativă a procesului de creație care stă la baza activității de design este și motorul de mișcare în problematicile dezvoltării umane. Designerul oferă soluții noi nu numai în sensul mării calității vieții, ci și în sensul dezvoltării sănatoase din punct de vedere a producerii bunurilor, promovându-le către un drum ascendent al condiției umane.

Cuvinte cheie: industrial design, dezvoltare continuă, creativitate, calitate

1. INTRODUCERE

Designul poate fi identic cu *factor activ* al calității vieții, pentru că aria sa de acțiune actuală este vastă, acoperind toate tipurile de creație a formelor bidimensionale, tridimensionale și virtuale asociate funcționalului.

Din această cauză, putem afirma că este un membru prezent al vieții cotidiene. Apariția sa fiind dinamică, pentru că marchează mișcarea de avangardă, stimulând și acționând întotdeauna acolo unde se manifestă noul. Acțiunea designerului, în orice proces creativ, este localizată chiar de la început, fiind hotărâtoare, în aspectele sale esențiale și în caracteristicile implicării sale în momentul decizional al apariției formelor. Activitatea sa este diversă asupra obiectului, implicându-se hotărâtor în calitățile și caracteristicile funcționale și structurale, împreună cu restul echipei de proiectare, care intrunesc o varietate mare de specialiști, aceasta implicându-se decisiv în partea estetică și semantică, unde are o acțiune coordonatoare. Prin această implicare, el se situează pe poziție activă în raport cu calitatea

vieții, intervenind atât în componenta materială, cât și în cea spirituală a acesteia. Strategia sa de aplicare a conceptului este legată metaforic vorbind pe o formulă veche, ce definește "omul ca măsură a tuturor lucrurilor"

2. PROBLEMA ACTUALĂ

Problema actuală apărută este legată de această trasatură conținută în conceptul produsului ce nu poate fi cuantificabilă dar se constituie într-o stare emoțională deosebită ce o declanșează, fără de care produsul nu este achiziționat sau nu are succes. Ce ar trebui să știe designerul într-o lume în care bombardamentul de stimuli vizuali este atât de puternic încât încărcătura celui creat de el poate să ajungă, să stimuleze cea mai profundă latură a unui individ, cea emoțională, este una dintre cele mai controversate și mai sensibile probleme, ea nefiind cuantificabilă, decât de intuiția și talentul designerului. Și totuși, există o cale. Cea a cercetării comportamentale a ființei umane. Acest model universal va sta la baza unor infinite variante umane ce se transformă în timp și spațiu și conjunctura socială.

Deci problema de cercetare constă în găsirea principalelor caracteristici umane, care determină crearea unui anumit mesaj conținut în produsul creat, acela care prin transpuneri materiale speciale declanșează prin stimuli vizuali, o anumită stare emoțională pozitivă.

3. NIVELUL INTERNAȚIONAL

Problematice dezvaluite astăzi de cuantificarea „calității vieții” este foarte vastă în raport cu activitatea de design. În lume există deja clasamente în care indivizii pot să recunoască zonele favorizate și societățile care reușesc să ofere „fericirea” individuală într-un context pozitiv construit. Se iau hotărâri mondiale

pentru ridicarea și optimizarea valorilor descrise ale indicatorilor. Cele mai importante sunt cele legate de sănătatea mondială și de cea a planetei, un exemplu fiind protocolul de la Kyoto ce dăna pe aceleași idei până în prezent 170 de state semnate. Designul este acum recunoscut ca factor de schimbare în bine și un prim component al încercărilor de ameliorare și îmbunătățire a vieții. Istoria mondială a designului parcurge pas cu pas încercările creatorilor de a găsi noi modalități de îmbunătățire a condițiilor de trai nu numai prin schimbarea vizualului ci prin propuneri importante și creatoare de utilizare inovatoare a tehnologiilor și a materialelor prin soluții constructive a formei, ce încanta și încita prin noutate spiritul uman. Amintim aici inovațiile tehnologice de la Palatul de Cristal (construcție realizată prin module constructive metalice și sticlă, ce se foloseau la realizarea serelor), scaunele Thonet (scaune serializate ale caror componente sunt executate printr-o tehnologie proprie construcțiilor navale) Streamlining (realizarea formelor aerodinamice prin analiză și interpretarea structurilor bionice), sinteza formelor și exploatarea materialelor în descrierea caracteristicilor funcționale cu descoperirea multifuncționalului de la Bauhaus, creațiile grupului Memphis, cel care constituie un punct crucial în istoria mobilierului care aduce în atenție depășirea etapei strict funcționaliste privilegiind simbolistica și estetica, urmate de grupul Totem, bio-designul celebrului Luigi Colani ce realizează o nouă concepție a formelor pe tipul formelor naturale, cu mari reveniri în epoca actuală, în zona de reintegrare a umanului în sistemele similare dezvoltărilor naturale. Forța de înțelegere a umanului din creațiile designerilor are o implementare în zone acute precum cele a handicapatilor, prin crearea ustensilor de bucatărie, speciale, concepute în premieră de către grupul suedez Ergonomi Design Gruppen sau avalanșa produselor reciclabile, notabile în concepția ecodesignului ce oferă soluții, de la construcția caselor din sticlă de plastic, până la re folosirea pneurilor și a cutiilor de carton pentru mobilier. Conceptul *forme active*, cea care devine primordială ca entitate conceptuală în școala de la Bauhaus, instituția care a pus bazele sistemului de învățământ în design, demonstrează puterea designerului de a schimba vizualul unei epoci, prin impunerea unor noi concepte în realizarea produselor. Îmbunătățirea informației prin

sintetizarile vizuale ale datelor, crează o facilitate în orientarea indivizilor în jungla civilizației actuale, încărcată cu stimuli informaționali, violent impuși vizual. Identificarea conceptelor, producătorilor de tot felul prin atribuire unor elemente vizuale de recunoaștere rapidă, devine o nouă metodă de eficientizare a vieții prin design. Toate aceste concepte se bazează pe date privind ființa umană și necesitățile ei în consumarea vieții. Și industrial designul și graphic designul au exploatat aceste date în ajutorul gășirii soluției pentru cea mai bună formă de manifestare vizuală.

4. ORIGINEA IDEII

Designul ia în calcul în primul rând complexitatea ființei umane. El va urmări să satisfacă necesitățile umane materiale și spirituale, Cunoașterea acestor caracteristici a determinat specialiștii în design de a aborda problematica creației lor, dintr-o perspectivă interdisciplinară, angrenând date și metodologii de cercetare din: estetica, sociologie, semiotica, psihologie, management, marketing, teoriile comunicării, antropologie culturală, ecologie.

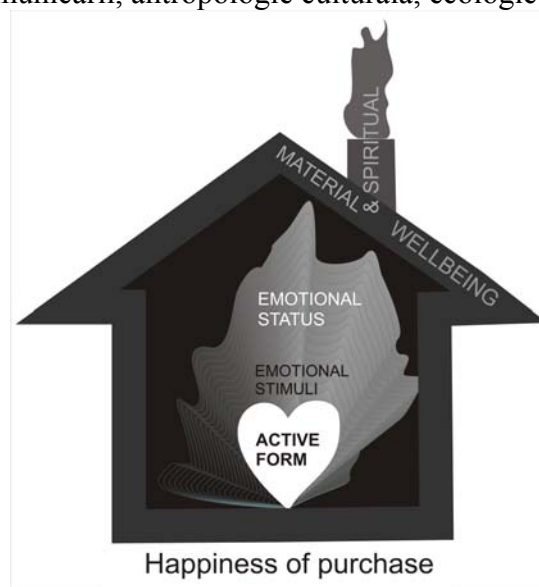


Fig. 2 - Forma activă emite stimuli emoționali ce favorizează în mod fericit premisele unei stări de bunăstare materială și spirituală. Forma activă este rezultatul unui cumul de date prelucrate strategic privind obiectul, consumatorul și mediul de acțiune, trei parametri aflați într-o strânsă legătură. [4]

Componenta marcantă a strategiei de design care va avea un efect benefic în raport cu omul și care-i va marca pozitiv viața, determinând și succesul produsului realizat, va fi o formulă ce va conține aceste ingrediente sociale umane, de satisfacție subiectivă, mai greu cuantificabilă, decât cea materială, definită printr-o consistență

concreta de manifestare. Studiul de fata incearca sa stabileasca aceasta formula, ce prin alchimia puterii de creatie a designerului, aduce "fericirea achizitiei", acea stare de multumire subiectiva, parte esentiala a starii de bunastare umana in raport cu obiectele inconjuratoare. Ce poate constitui „fericirea” descoperita de client in imboldul de a achizitiona si a consuma un produs realizat prin design? Trebuie sa definim acest termen propus, in contextul notiunii de „calitate a vietii” . B.J. Jouvenel, economist si viitorolog francez defineste "calitatea vietii" ca un ansamblu de posibilitati oferite individului de catre societatea de care apartine, pentru a-si desfasura existenta in conditii optime, de a dispune de produsele ei si de a-i utiliza serviciile in concordanta cu trebuintele si dorintele proprii.

Calitatea vietii se masoara in indicatori sociali ce se refera la conditii materiale si cultural-spirituale, precum si factori biologici decisivi vietii, ce sunt constientizati si sanctionati pozitiv de individul ce beneficiaza de ele. Gradul superior al calitatii vietii este cuantificat in *satisfactie subiectiva resimtita* in contact cu factorii luati in calcul la acesta evaluare. Ei sunt perceputi ca bunastare materiala si spirituala. In acest context apar si caracteristicile produsului creat de designer care trebuie sa contribuie in fara caracteristicilor functionale si structurale, cu o incarcatura speciala ce se integreaza automat in plan psiho-fiziologic, social si ecologic.

5. METODA DE CERCETARE

Concepte de constituire a formei si a caracteristicilor ei au fost multiple. Cei de la Bauhaus au gandit forma scotand in evidenta caracteristicile esentiale ale obiectelor pentru a rezista in timp prin **esenta conceptuala a functiei**. Forma era gandita ca un intreg constituit din elemente ce se infuientau reciproc. Multe dintre obiectele lansate atunci au o forma ce au invins trecerea timpului si schimbarile optiunilor de achizitionare, tocmai prin faptul ca s-a ajuns si s-a reusit esentializarea bazata pe conceptul functional, cu indepartarea totala a ornamentelor inutile (scaunul Wassily a lui Marcel Breuer din 1925 este un exemplu)

Forma rezultata ca urmare a studiilor bionice, a adus in atentie **mediul ce influenteaza** geometria prin forte multiple ce o modeleaza. Streamlining-ul american impune forma aerodinamica, eficienta functional si reflectata in



Fig. 3 - Marcel Brauer, Wassily Chair – forma bazata pe functie si tehnologie [5]

linia stilistica a anilor 30. Forma gandita in interactiune cu contactul mediului si a elementelor sale, dintre care figura centrala cea a **omului ce infuienteaza** dimensional in tot cel inconjoara, este o alta conceptie. Unul dintre obiectele create in acest fel si unul dintre cele mai rezistente ca forma in timp a fost telefonul ergonomic al lui Henry Dreyfuss (1937) conceput pentru adaptarea la formele umane prin studiul lor comportamental si dimensional.



Fig. 4 - Dreyfuss phone - forma ccreata pe baza caracteristicilor structurale si dimensionale in raport direct cu functia [6]

6. REZULTATE

Forma ce apare ca **reflexie a fenomenului social** aduce in atentie reflectarea evenimentelor prin caracteristica lor generala si a detaliilor ce au marcat epoca estetic si semantic (al doilea razboi mondial, cucerirea spatiului, dezvoltarea fenomenului cultural, aparitia vedetelor sunt cate exemple) Aici observam influenta emotionala exercitata de mediu guvernat de incarcatura semantica a evenimentelor. „Design for need”, conferinta de la Londra 1976, pune problema protejarii mediului mediului si a resurselor sale, prin controlarea modalitatilor de productie a bunurilor. Forma este determinata de materiale si de gestionarea lor in folosul umanitatii si a viitorului ei pe planeta. Apare epoca reciclarilor si a refolosirilor prin aparitia conceptului de ecodesignul. Forma, aici, comunica continutul sanatos, asigurand protectie si siguranta in

utilizare. In urmatoarea etapa apare influenta factorilor psihologici prin constituirea unui vizual ce comunica, dar din pacate si manipuleaza. Parghiile designerului se deschid catre intelegerea fenomenului mental, in interactiunea formei cu umanul. Construirea formei ce raspunde unor cerinte psihologice definesc mobilul actiunii indivizilor, tendintele care provin din instincte, indica emotiile si pasiunile si mecanismele de a influenta spiritul. Si aici putem contura aparitia formelor ca raspuns clar la nevoile care presupun dorintele si emotiile, indeplinite si stimulate. Obiectul si forma creata vine sa-i aduca ceea ce si-a dorit cel care o achizitionaza Aici ajungem la forma ce creaza „fericirea achizitiei” si care aduce acea stare emotionala pozitiva ce marcheaza „calitatea vietii. Pentru a fi achizitionata, forma are acele calitati ce intra in aria mecanismelor de perceptie si atentie umane. In procesul de determinare a cititorului spre obiectul dorit, un rol esential il are tipul de atentie pe care o starneste. Atentia spontana este cea care se determina prin elemente de soc de o intensitate mai mica sau mai mare; ea este instabila pentru ca spiritul poate fi atras de catre alte obiecte din aceeasi familie sau alta care se substituie imediat celui vechi. Forma este prevazuta cu o functie de acrosare ce se materializeaza prin noutatea oferita sau originalitatea constituirii estetice. Daca este starnita curiozitatea, consumatorul trece de la tipul de atentie spontana la cea voluntara, ce pregateste atat cat se mentine procesul mintal de intelegere si judecata a formei. Acest tip de atentie poate fi marginala, atunci cand individul pastreaza un sentiment de transcendentă, de disponibilitate la imprevizibil. Ea poate sa remarce in acest caz detalii revelatoare, esentiale cu valoare de simbol. Daca stimularea este permanenta si atentia spontana se transforma in cea voluntara, ce devine fidela obiectului spre care se indreapta, atunci stimulul produs de factori de doua categorii: factori psihofiziologici (forma, miscare, ritm , culoare) si factorii psihologici declansati de noutatea care atrage curiozitatea sunt corect proiectati si dozati pentru a actiona. Forma, cu attributele vizuale definite de designer trebuie sa corespunda unor caracteristici bine determinate pentru a fi aleasa si a corespunde exigentelor consumatorului sau. Formula ideala este cea care corespunde exact caracteristicilor fiintei umane, in intreaga ei complexitate. De ce aceasta se schimba mereu si isi gaseste noi solutionari pentru viata? Pentru ca

firea omului este dinamica. Designerul este cel care-l observa in transformarile sale, inerente unei lupte de supravietuire si a unei adaptari continue la conditiile mediului. Mediu pe care il transforma mereu, in functie de necesitatile sale si care devin si ele mereu altele, in incercarea de a cauta noi formule de „fericire”, pentru implinirea bunastarii sale materiale si spirituale intr-o viata de calitate Observarea istoriei designului in sectiunile de industrial si graphic pot aduce un cumul important de date privind actiunile designerului in timp si o concluzionare asupra celor viitoare. Se pot face multe transferuri de cercetare intre cele doua domenii ale designului chiar daca ele se dezvoltă diferit in bi-dimensional, tridimensional sau virtual. Ele oricum vor merge impreuna istoric, pentru ca ele fac parte din acelasi mediu in care se dezvoltă fiinta umana care le doreste si le achizitioneaza

7. CERCETĂRILE NOASTRE DE VIITOR

Asa dupa cum am observat: „Omul este masura tuturor lucrurilor” pentru ca el determina schimbarea si hotaraste prin cerintele sale constatate, aparitia de noi forme. Acestea vor oglindi caracteristicile lui la un moment dat, si-l vor caracteriza istoric prin optiunile sale care vor determina evolutia ulterioara. Designerul este cel care propune formele viitoare. Forma ideala creata de designer, vine ca o solutie la aceasta constatare. Designerul hotaraste devenirea formelor si are un rol hotarator in dinamica societatii, pentru ca el ofera atat solutii materiale cat si spirituale pentru ridicarea „calitatii vietii”

8. CONCLUZII

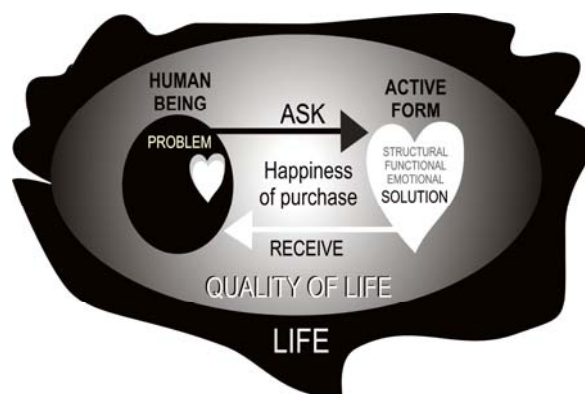


Fig. 5 - - “Omul masura tuturor lucrurilor” Obiectul dorit va contine in caracteristicile sale, toate trasaturile beneficiarului, traduse intr-o variant a ce-I va duce acestuia “fericirea achizitiei”7]

Forma poate fi usor conceputa daca o asemuim structurii umane. Structura sa, ce prevede existenta componentelor, sustine latura functionala si este investata in cea estetica si semnatica, care-i traduce caracteristicile, ca un invelis prin care-si comunica insusirile . Designul ia in considerare in primul rand complexitatea fiintei umane.El are datoria de a satisface necesitatile spirituale si materiale ale oamenilor

This work was supported by CNCSIS–UEFISCSU, project number PNII – IDEI code/2007).

9. BIBLIOGRAFIE

1. Masek, V.(1988) *Design and quality of life:* Editura Stiintifica si Enciclopedica, Bucurest
2. Tambini, M.(1996) *The Look of the Century,* A Dorling Kindersley Book, ISBN: 0751503380, London
3. *The Memphis Group, Available from* technology.org/superlamp.jpg&imgrefurl, Accesed 2/02/2010
4. Drawing by Magda Sficlea, *Happiness of purchase*
5. Brauer M., *Wassily Chair, Available from:* <http://www.krembo99.com/wp/content/uploads/2008/04/20020811wassilychair1.jpg>, Accesed 31/01/2010
6. Dreyfuss H., *Phone, Available from:* <http://www.whitetrashnyc.com/pix/246-1.jpg>, Accesed 31/ 01/2010
7. Drawing by Magda Sficlea, *Man measure for all things*