

GENEZA DESIGNULUI INDUSTRIAL ȘI MINIMALISMUL

Diana VLEJU*

Universitate Tehnică a Moldovei, Facultatea Inginerie Mecanică, Industrială și Transporturi,
Departamentul Design industrial, Grupa DI 191, Chișinău, Republica Moldova

*Autorul corespondent: natacarbune@gmail.com

Rezumat: Designul industrial își are originile începând cu anul 1760 însă nu este un concept foarte bine cunoscut în zilele noastre. Ramurile designului modern încep o dată cu noțiunea de „Bauhaus”, care a stârnit o nouă viziune a frumosului în industrie, dar și a ideii de minimalism. Curentul minimalist presupune simplificare începând cu anul 1929 până în prezent cu mici modificări ale noilor tendințe în design. Companiile contemporane optează pentru a-și simplifica imaginea prin acel farmec al minimalismului utilizat în logo-urile acestora. Munca unui designer în crearea noilor aspecte pentru diverse companii este incredibil de valoroasă, iar aparențele trebuie să corespundă calității.

Cuvinte-cheie: istorie, arta, logo, simplitate.

Introducere:

Fiecare concept își are locul său nemijlocit în societate. Este de-ajuns ca această ipoteză să fie acceptată și justificată pentru a înțelege rolul și locul designului industrial în lume. Designul Industrial nu este un concept atât de reputat în lume precum sunt alte ramuri ale artei bunăoară Design Interior, Arhitectură, Design Grafic. Este o profesie vastă ce pune accent pe creație, confort și utilitate. Designerul industrial este un om de echipă, având studii în arte, mecanică și anatomie, astfel se creează absolut toate produsele ce ne înconjoară. Designul industrial, care uneori se suprapune cu alte discipline, este o îmbinare a aspectului și functionalitatea unui obiect. Importanța cunoașterii despre această profesie este una majoră din cauza progresului industrial care mereu este în continuă mișcare și are nevoie de a se alimenta cu produse moderne și utile societății. Elaborarea unui produs este procesul unde artiștii își dau frâu liber și creează capodopere fiind inspirați de diverse stiluri. Minimalismul a devenit muza designerilor deoarece presupune simplificări ale formelor și perceperea acestora devine pe înțelesul tuturor. Este importantă cunoașterea a diverselor aspecte în design pentru a dezvolta gustul estetic fără de care arta nu are valoare.

1. Originea Designului Industrial și a curentului minimalist

Termenul de design „industrial” pornește de la revoluția industrială din Marea Britanie care prin anii 1760-1840 care a propulsat în lume mult mai mult fabricile și ulterior produsele acestora [7]. Au urmat mai multe etape ale dezvoltării designului, însă un culminant moment a fost în jurul anului 1907, atunci când școala de arte, design și arhitectură „Bauhaus” a fost inițiată în 3 orașe germane: Weimar, Dessau și Berlin [4, p.49].

„Bau – a construi și haus – casă” Bauhaus este o mișcare artistică care a unit arta cu designul creând mai multe ramuri precum arhitectură, sculptură, design grafic și multe altele. Ceea ce este specific Bauhaus-ului constă în aplicarea noilor idei, în crearea formelor și ulterior produselor de pe piața secolului XX. Invențiile artiștilor presupuneau o nouă viziune asupra obiectelor și astfel a apărut un nou termen: minimalismul [4, p.49].

Minimalismul provine de la cuvântul “minimal”. Minimal – un termen din engleză ce descrie Mișcarea Modernă caracterizată de reducere a ornamentelor în favoarea formelor și a structurii simple [3, p.291]. Acest concept presupune simplificare și o puritate a formelor geometrice. Minimalismul ca proces în sine înseamnă să trăiești simplu, folosind lucruri care-ți sunt necesare, precum să te înconjoari de experiențe care-ți aduc o stare de fericire, eliminând în paralel pe cele care-ți creează emoții negative [4, p.107]. Stilul de viață minimalist este bazat pe

conceptul de renunțare la tot ce nu ne este realmente necesar și util. Forța minimalismului rezidă în eficiența de a folosi un minim din ceea ce există într-o încăpere, așa că fiecare obiect trebuie perfect ales, iar materialele contează enorm, ca și forma fiecăruia. Interiorul locuinței tale începe a fi minimalist odată cu personalitatea ta.

În zilele noastre influența Bauhaus-ului este resimțită peste tot în lume, începând cu semnele de circulație –acestea având un design minimalist așadar pot fi pe înțelesul tuturor până la marile clădiri. Conform spuselor lui A. Schopenhauer: „Simbolul este centrul din care pornesc nenumărate raze, o imagine în care fiecare vede, din punctul său de vedere, altceva, dar în același timp toți sunt siguri ca văd una și aceeași, „putem afirma faptul că Bauhaus-ul este un simbol al reformei, explorării și al vitalității[5].

2. Minimalismul inspirat de Bauhaus și utilitatea prezentă

Minimalismul își capătă cu amploare valoarea în secolul XI, un exemplu relevant este termenul „logo,, reprezentând cartea de vizită a unei companii [4, p.105]. Acel presupus logo este folosit pentru a identifica un brand, un produs sau un eveniment. Partea cea mai interesantă este istorioara din spatele produsului ce ne face curioși de a o cunoaște [1, p.374].

Așadar, compania «Apple» - înființată de Steve Jobs, se face cunoscută după acel măr mușcat din spatele fiecărui produs. Este destul de simplu și ușor de memorat întrucât „apple,, din engleza se traduce „măr,,. Nimeni, niciodată nu și-ar fi imaginat că ideea aceasta este inspirată din clasică imagine a fizicianului Isaac Newton, descoperind gravitația datorită unui măr aflat în curtea casei lui unde a copilărit-acesta fiind primul logo al companiei Apple. [9] Fondatorii Apple au numit compania după mărul legendar care l-a inspirat pe Newton să scrie teoria gravitației. De altfel, primul logo al gigantului IT este explicit legat de acel eveniment. Logo-ul a fost desenat de Ronald Wayne și primele calculatoare ale atunci tinerei companii numite Apple Newton erau însemnate cu această imagine [10]. Fiind o imagine destul de complicată pentru un logo, Apple a introdus forma mărului mușcat, cu mici modificări de-a lungul timpului. Când Jobs s-a reîntors să lucreze la Apple, era determinat să facă device-urile să arate...cool. Își dorea să îi facă pe oameni să se laude cu gadgeturile lor mai degrabă decât să le considere o necesitate sau un obiect productiv și atât. El l-a selectat pe tânărul Jony Ive din departamentul de design și i-a dat mâna liberă în acest sens. Chiar dacă Jobs era încântat cu direcția de design a lui Ive, avea o problemă cu albul ca o culoare predominantă. Ive a răspuns rapid cu o altă variantă numită gri lunar pe care Jobs a detestat-o și astfel toate produsele Apple au fost predominant de culoare albă pentru o perioadă lungă de timp [10]. Așadar, un logo mai întâi este o imagine atractivă pentru consumatori ceea ce influențează creșterea vânzărilor.

Ideea este că noi oamenii încercăm să facem totul simplu și pe înțelesul lumii. Probabilitatea de a memora o formă simplă este destul de mare, iar acest truc este folosit de companie pentru a fi recunoscuți mai ușor. Apple a învățat să-și contureze personalitatea brandului prin minimalismul logo-urilor, astfel poate cuceri atenția oamenilor inspirând accesibilitate și inteligență.

Sigla sau logo-ul firmei este un element esențial în imaginea companiei, mai ales dacă aceasta este nou înființată. Un logo bine realizat înseamnă oglindirea firmei într-o imagine simplă și ușor de memorizat.

În primul rând trebuie să luați în considerare că logo-ul are o istorie, el poate să reprezinte ceva pentru un grup de persoane, altceva pentru alții. Simbolistica în special, ca parte a unei sigle are un rol mai important decât textul: dacă textul va fi într-o limbă neînțeleasă precum limba chineză, puțini vor înțelege. În strategia de branding, companiile internaționale țin cont de acest fapt. Există și excepții, ca exemplu ar fi Pepsi, care ușor de reținut și ca brand [6].

Pe lângă design sau text, un alt aspect important este culoarea, oamenii asociază culorile cu anumite stări, obiecte, acțiuni, etc: verde: natural - bio - sănătate, roșu - pentru proiectele naționale și internaționale, albastru însă este considerat universal sau neutru și este foarte des folosit ca o culoare de bază în logo-urile de pe Internet [8].

Reprezentarea simbolică sau logoul are la bază o convenție care trebuie cunoscută și înțeleasă. Prin simboluri culturale se transmit sensuri ce relevă filosofia și valorile, idealurile, credințele sau așteptările împărtășite de salariații organizației. Astfel, IBM, [4,p174] Mercedes, Adidas pot fi considerate simboluri ale calității în domeniile lor. Însăși denumirea ne oferă garanția calității. Simbolurile culturale servesc pentru a exprima anumite concepte și a promova anumite valori și comportamente în cadrul instituției [2, p.131].

Concluzii:

Designul Industrial cucerește prin faptul ca este variat din punct de vedere profesional și oferă posibilitatea artistului de a fi flexibil în mai multe domenii precum mobilier, tehnică sau animații. Odată cu modernismul, designerii au îmbrățișat conceptul de minimalism, raspândit peste tot în lume. Minimalismul cucerește și atrage prin esența simplificării-această idee era actuală pentru școala de design Bauhaus. Este pe înțelesul tuturor, este o informație accesibilă având la bază o percepție primară care însă cu succes va putea fi asimilată. Inspirați de minimalism au fost și companiile mondiale care optau pentru logo-uri cât mai simple pentru ca informația să fie deslușită cât mai rapid de catre consumatori. Companiile cele mai de succes investesc în imaginea lor și în calitatea designului produselor,fiind un factor involuntar ce atrage atenția oamenilor.

Societatea în care trăim are nevoie de a cunoaște faptul că în spatele unui produs stau designerii industriali. Calitatea logo-ului depinde în totalitate de un designer aceasta fiind prima etapa de manifestare a unei companii de succes. Culorile și formele folosite pentru crearea unei imagini sunt bine gândite și influențează în mod indirect percepția cumpărătorului. Un produs nu este cumpărat doar pentru funcționalitate ci și pentru modul cum arată, cum se integrează într-un anumit spațiu sau cum se simte în mâna unui utilizator.

Bibliografie:

1. DAVID RAIZMAN « *History of modern design* » United Kingdom 2003 ISBN 85669348
2. LUNGU VIORELIA *Etica profesională*. Suport de curs. USM. Chișinău 2011 – 192 p. ISBN 978-9975-71-103-6.
3. PAUL RENNIE « *20-th-century design* »Great Britain 2003 ISBN 1 84000 694 3 (3)
4. PETER DORMER « *Twentieth century designers* » The key personalities in design and the applied arts.1999 Great Britain ISBN 0-86288-178-1
5. RUSNAC ALA. *Maxime și cugetări, Cioburi de înțelepciune și de nebunie*. 2008, volumul 2
6. Agenție de creare Site-uri Web în Moldova! Blog. *Importanța logou-lui pentru organizația dumneavoastră*. <https://www.siteweb.md/blog/item/120-> [online] [accesat 19.02.2020]
7. LINDSAY SCHULTZ. *Researcher at CHOi Design Inc. History of Industrial Design*
8. <https://www.choidesign.com/blog/2017/5/3/history-of-industrial-design>[online].[accesat 18.02.2020].
9. CHRIS PAISH. *Top 10 of the world's most famous logos and what you can learn from them*. <https://99designs.com/blog/logo-branding/famous-logos/> [online].[accesat 18.02.2020].
10. <https://www.google.com/search?q=apples+firts+logo&oq=apples+firts+logo&aqs=chrome..69i57j0l7.5870j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> [online][accesat 18.02.2020]
11. *Lucruri mai puțin știute despre Apple*. <https://www.digi24.ro/stiri/sci-tech/lumea-digitala/lucruri-mai-putin-stiute-despre-apple-437610> [online].[accesat 18.02.2020].