



## DESIGN '90

**A**r fi trebuit să încerc să scriu o cronică a expoziției Design '90. Am vizitat expoziția de două ori. Am încercat să o privesc o dată cu ochii unui scenograf subiectiv, sperînd să descopăr aici elemente promițătoare pentru un viitor decor al existenței noastre, a doua oară cu ochii unui vizitator obiectiv. Impresia generală este una de un gri tern și fad, accentuată fără îndoială și de ideea nefericită a plafonelor de pînză albă, care difuzează excesiv lumina pătrunsă prin luminatoarele plafonului. Partea de „graphic design”, afișele, îmi pare a fi cea mai mare reușită a expoziției. Rezultatele cele mai bune apar deci exact acolo unde demersul artistului designer nu a implicat colaborarea cu tehnologii industriale. A doua categorie de exponate, din sfera industrial design-ului, cuprinzînd aparatură, instrumente, un automobil „lăstun”, o bicicletă etc., dau tonul general tern și mediocr al expoziției. E posibil ca relația designer-tehnolog să fie cauza acestei situații. A treia categorie, cea a interior design-ului — unde erau de așteptat înnoiri substanțiale vizînd „scenografia” locuinței, a locului de muncă, a școlii și grădinițelor de copii, întreg cadrul vieții cotidiene — este cît se poate de palid reprezentată: o masă, un scaun, un serviciu de pahare, o tavă cu tacîmuri și cîteva corpuri de iluminat modeste. Reprezentarea intervenției designer-ului în acest domeniu atît de vast și de important, de care depinde în mare măsură atmosfera în care trăim și tonusul nostru psihic, nu reflectă nici pe departe volumul și calitatea a ceea ce este sau ar trebui să fie industria noastră de mobilă, sticlărie, ceramică, textile etc. În această sferă, divorțul între designer și industrie este flagrant. (Poate divorț nu e un termen propriu, el presupune o căsătorie anterioară; or, aici se pare că ea nu a avut loc.) Design-ul vestimentar este slab și neinspirat prezentat. Îmbrăcămintea noastră „de gata”, cu accesoriile ei, care se produce în sute de întreprinderi și în milioane de exemplare, nu are, după cum apare în expoziție, girul de-

signer-ului. Care este diferența dintre un creator de modă și un specialist în design vestimentar sau între un arhitect proiectant de mobilă și un designer? Oricum, nu trebuie să-i deosebească faptul că produsele unuia se vînd în magazinele de stat și ale celuilalt în magazinele Fondului Plastic. Design-ul ar fi astfel artificial despărțit de producția de serie. Probabil că factorii de răspundere din industrie au în continuare o optică falsă în legătură cu estetica produselor. În mod nejustificat, desigur, de vreme ce aceiași factori patronează contracte mănoase cu parteneri străini; aceștia vin cu modelele lor, pe care industria noastră le execută exclusiv pentru export, în schimb piața noastră internă este invadată de urît, ca expresie a strategiei falimentare promovate de comunism. În reconsiderarea eficienței industriei și marketing-ului, design-ul produselor va juca un rol de primă mărime, îmi place mie să sper, cu un optimism nu știu cît de justificat.

Din expoziție lipsește o zonă extrem de importantă, aceea a ambalajelor. De la produsele alimentare pînă la cele electronice, în care este incorporat un înalt nivel de tehnicitate, aspectul ambalajului este cel care-l determină pe cumpărător să se apropie de obiect, pentru ca abia după aceea să ia cunoștință de destinația și calitățile lui. Acest prim contact dintre cumpărător și produs poate fi stimulator sau inhibitor, în funcție de design-ul ambalajului. Un aspect nu mai puțin însemnat este influența liniei și culorilor ambalajelor asupra ambianței din magazine și a esteticii străzii.

Nu știu dacă expoziția Design '90 nu ar fi trebuit să-și propună o temă asemănătoare cu cea pe care și-a propus-o expoziția de arhitectură dedicată Bucureștiului. Un proces de demascare a kitsch-ului perioadei comuniste, un proces al uritului și uniformității exasperante ar fi fost poate interesant pentru public, mai ales dacă ar fi prezentat prin contrast cîteva exemple de design de valoare.

DAN JITIANU