



# Artă. Ergonomie. Utilitate. Dizain autohton

ARTIST:  
MIHNEA GHILDUȘ  
OWNER:  
DIZAINĂR.RO



Ca ideea să devină formă pe drumul ei cel mai scurt este nevoie de multă creativitate. Magazinul „Dizainăr” este ideea fondată în 2012 de către Mihnea Ghilduș, imediat după ce s-a întors în țară de la competiția Solar Decathlon din Madrid. Produsele de design interior semnate „Mihnea Ghilduș” sunt conturate cu forța gândului, elan creator, știință și tehnică. Am avut ocazia să-l cunosc pe Mihnea în magazinul „Dizainăr” unde erau expuse produse realizate de specialiști români. Dintr-o dată m-am văzut înconjurată de lampadare realizate cu multă îndrăzneală și spirit autentic. Toată atmosfera vizuală a contribuit mult în facilitarea dialogului cu și despre Mihnea.

Cu șansa de a proveni dintr-o familie talentată, „implicată mai mult în zona artelor clasice”, Mihnea a ales să-și crească talentul într-un context diferit de cel a familiei; la intersecția artei cu ergonomia și utilitatea: „Designul este arta contemporană aplicată, iar arta trebuie să aibă utilitate”. Mihnea este de părere că Designul este o artă aplicată în serviciul clienților care-și doresc inovația. Este nevoie de o mare capacitate de finalizare a proiectelor, mai ales atunci când este supus unor situații contra-cronometru:

**E.G.** „Designerii creează pentru clienți, atunci este necesară capacitatea de finalizare a proiectelor la timp. Cum reușești să fii creativ în situații contra-cronometru?”

**M.G.** „Procesul pur de creație este diferit de cel al unui designer. Creativitatea poate fi îngădită de diverși factori fizici cum este timpul. Uneori limitarea timpului naște oportunități și idei noi. Noi nu acceptăm să pierdem un proiect și întotdeauna găsim soluțiile la termen.”

**„În România, drumul pe care un Designer trebuie să-l parcurgă spre devenire este foarte academic”**

Mihnea mi-a mărturisit că s-a întors de la Academia de Arte și Design din Stuttgart cu multă dedicație și deschidere către noi curente artistice. Cu o atitudine analitică, mi-a relatat oportunitățile pe care catedra occidentală le oferă viitorilor specialiști în design, dar și avantajele pe care contextul românesc le poate oferi artiștilor pentru exercitarea talentului.

**E.G.** „Ai urmat cursurile de master la Academia de Arte și Design din Stuttgart. Cât de mult te-a influențat practic această experiență și cu ce trăiri noi legate de artă te-ai întors în România?”

**M.G.** Am remarcat dedicarea studenților din Germania pentru meseria pe care și-au ales-o. În România, studenții au mai puține perspective de a practica designul, cauză pentru care o mare parte din ei sunt și demotivați. Cu profesorii m-am înțeles bine în ambele țări și de la fiecare am avut altceva de învățat. Germanii sunt mai axați pe practică, în timp ce românii sunt foarte teoretici și visători. M-am deschis spre multe procedee artistice pe care înainte le consideram dificile fiindcă în România, drumul pe care un designer trebuie să-l parcurgă spre devenire este unul foarte academic. În Germania procedeul de predare și sistematizare al științei este mult mai natural, unde lasa mai mult loc creativității.

„Dizainăr” are în istoricul de activități participări la târguri internaționale. Un eveniment de acest gen la care „Dizainăr” a participat în 2015 este Târgul de Mobilă de la Milano unde au avut peste 6,000 de vizitatori. Cu entuziasmul specific unui tânăr designer a ajuns să transforme „Dizainăr” într-un business real foarte bine promovat: „Pagina noastră de Facebook are 12,000 de fani care sunt la curent cu activitățile designerilor români.”

**E.G.** „Dizainăr este magazinul pe care l-ai înființat în 2012. Ce se întâmplă atunci când ești antreprenor în domeniul artelor?”

**M.G.** „Designerul este influențat de niște condiții fizice foarte clare legate de buget, studiu de piață și fezabilitate. Trebuie să înțelegem că orice muncă pe care o facem are un rost, drept urmare, are și un preț.

Promovarea este foarte importantă în generarea de venituri, iar noi îi ajutăm pe specialiștii români în acest sens. „Dizainăr” le dă ocazia să expună produsele ca să ajungă la persoanele care le prețuiesc, iar pe termen lung, să fie vândute.”

#### „Proiectul ambiental de suflet este casa mea”

În final, m-am gândit să-l întreb pe Mihnea cu ce proiect ambiental din portofoliu se identifică, iar răspunsul a fost unul care închis discuția frumos și cu suflet: „Proiectul ambiental de suflet este casa mea. Întotdeauna sunt finisaje la care lucrez și este un proiect <<on going>>”.

