

6.5.2026

## Designul procesului vs. Procesul Designului

Cum s-a ajuns aici? și ce anume mai înseamnă un simbol?.

*de Ovidiu Hrin*



Sunt momente în viața publică a unei țări când o știre, oricât de marginală pare la prima vedere, deschide o fereastră directă spre modul în care gândesc — sau nu mai gândesc — instituțiile noastre. Săptămâna aceasta am avut parte de două asemenea momente. Lipsa oricărei urme de moralitate în procesul de schimbare a stemei unui club istoric de fotbal (Dinamo) și acum acest, deranj subit' al Crucii Roșii, aterizat în media după 60 de ani de conviețuire, care — pe scurt — impune Asociației Salvamont anularea mărcii. Motivul: sigla Salvamontului, concepută în anii '60 și consacrată legal în 1969, conține în partea ei centrală un simbol asemănător cu o cruce roșie. Iar acest lucru, susține Crucea Roșie, încalcă protecția legală asupra emblemei sale.

Ar fi trebuit să mă pot opri aici și să las publicul să râdă în hohote. Din nefericire nu-i așa, acest proces este făurit cu intenție... mai clar spus, acesta este rezultatul unui proces teleologic — respectiv el este generat cu un scop ... adică și mai simplu spus: Această intenție este designuită.

Practic designul de 25 de ani, iar o bună parte din studiile mele teoretice se învârt în jurul temei traducerii și a înțelegerii și interpretării lumii dpdv teleologic (adică filtrat prin – “De ce?”). Am ajuns să scriu acest [text](#) pentru a încerca [sa conturez](#) un cadru de înțelegere asupra unui subiect care mă preocupă – respectiv temele simbolului grafic, al iconului, al semnului, al gândului transpus în imagine, ce anume este un simbol grafic și ce nu este. Tare mi-aș mai fi dorit să pot rămâne în siguranța acestor granițe clar stabilite...

## Ce vedem?

Nu vreau să încep cu morala, ci cu desenul. Pentru că tot ce urmează depinde de el.

Sigla Salvamont — desenată în anii '60 — este o compoziție surprinzător de matură pentru contextul ei. Încadrată toată într-un triunghi ea conține un munte stilizat, un fundal albastru sugerând cerul și aerul iar central un simbol de tip cruce. Această cruce nu este însă un PLUS matematic. Ea este o formă alcătuită dintr-un pătrat central și patru brațe dreptunghiulare care depășesc fiecare cu aproximativ 30% dimensiunea pătratului de bază. Adică o cruce alungită, cu brațele mai lungi decât late.

Iertați-mi, vă rog, specificitatea în diferențierea tehnică dar este una fundamentală căci acum vine partea importantă pentru contextul nostru.

Emblema oficială a Crucii Roșii — definită strict de Convenția de la Geneva din 1864 și reluată în Legea 139/1995 — este o cruce formată din cinci pătrate egale, perfect identice, roșu vermion, pe fond alb. Nu patru dreptunghiuri și un pătrat. **Cinci pătrate**. Această proporție nu este decorativă — este identitar definitorie. Ea este ce face o cruce roșie **să fie** Crucea Roșie, în orice limbă, în orice context, oriunde în lume.

**Schimbi proporția — ai schimbat simbolul.** La fel cum, dacă schimbi raportul plin/gol într-o coloană dorică, nu mai ai o coloană dorică, ai cu totul altceva. În tipografie, în arhitectură, în heraldică — proporția nu este detaliu, ea ESTE identitatea.

Crucea din sigla Salvamont nu respectă proporția canonică a celor cinci pătrate egale. Punct. Iar aceasta nu este o opinie estetică, este un fapt geometric (un fapt care poate fi formulat și explicat pentru orice tip de juriu - într-o formulă matematică). Iar acest fapt euclidian este mai mult decât suficient, în orice tradiție serioasă a designului de simbol, pentru a stabili că vorbim aici despre două semne diferite — chiar dacă seamănă la prima vedere.

## Ce mai vedem?

Mai sunt câteva lucruri care contează. Sigla Salvamont nu este o cruce singură pe un fond alb — ea este o cruce integrată într-o compoziție triunghiulară care conține munte, cer, verdeață, scriere. Crucea ocupă aproximativ 20% din suprafața totală. Iar tot restul de 80% face din această siglă un cu totul alt simbol, o cu totul altă voce. O diferențiază stilistic, estetic, geometric, semiotic și hermeneutic.

Asta este ce numim în meserie, lectura primară a unei imagini. Când privești de la 5 metri distanță, ce vezi? La sigla Crucii Roșii vezi: o formă pătrătoasă, o cruce roșie pe alb, simplu, frontal, lapidar. La sigla Salvamont vezi: un munte cu ceva în el, totul încadrat într-un triunghi. Crucea, oricât de roșie, este un detaliu secundar al compoziției, NU protagonistul ei. Iar cine pretinde altceva, ori nu se uită, ori nu vrea să se uite, ori are altă agendă.

În cel puțin 25 de state din întreaga lume, serviciile de salvare montană folosesc embleme cu structuri vizuale similare — cruce integrată (în majoritatea CHIAR crucea grecească) într-o compoziție mai amplă, cu munte și/sau scriere. În niciunul dintre ele, organizațiile naționale ale Crucii Roșii, culmea, nu au considerat necesar să intenteze procese. Bavaria nu dă în judecată Bergwacht. SUA nu da în judecata Mountain rescue. Peru nu da în judecata Socorro Andino. Canada nu da în judecata Alberta Mountain Rescue. Nepal nu da în judecata pe cei care salvează de pe Everest. Australia nu da în judecata Alpine Search & Rescue. Elveția — patria lui Henri Dunant — nu dă în judecată nimic și exemplele pot continua. Doar la noi... Chiar și când este vorba despre vieți omenești și despre oameni care cu aceasta se ocupă în mod voluntar... a SALVA. Vă rog mult din tot sufletul explicați-mi și mie unde anume pe harta valorică a acestei instituții lezate se află actul acesta de autoîndreptățire subită care are ca efect principal nimicirea încrederii instituționale ambelor entități? Care-i justețea morală al unui asemenea act? De ce?

## Durerea cea mare și ce anume o face o problemă de design

Dar partea care chiar întrece orice limită al bunului simț este conținutul acuzațiilor formulate în instanță. Citez acum din comunicatul Salvamont care reproduce acuzațiile: *Salvamont ar utiliza sigla „în scopuri comerciale”, ar „obține avantaje economice”, ar „genera profit”, ar fi „o sursă de pagube materiale” și o „sursă de alterare a adevărului” care aduce atingere încrederii publicului.*

OK, hai să citim asta încă o dată, cu calm...

Salvamont — serviciul public de urgență gratuit, integrat în Sistemul Național de Urgență, în care 82% din cei aproximativ 1.100 de salvatori sunt voluntari — este acuzat de profit comercial și de competiție neloială pentru capitalul de încredere al publicului.

Această formulare nu este doar inexactă. Este jignitoare, degradantă și chiar sfidătoare. Și — vreau să subliniez faptul că este disprețuitoare și pentru *meseria mea*. De ce? Pentru că într-un asemenea act juridic, designul devine instrument de hărțuire. Sigla, care ar trebui să fie un act de identificare și un gest de recunoștință față de o comunitate, este transformată într-un cap de acuzare.

Iar asta se întâmplă când oameni care nu înțeleg ce este designul îl folosesc ca armă juridică. Confundă forma cu intenția. Confundă asemănarea cu identitatea. Confundă un detaliu cu un întreg. Și, în această confuzie, ajung să acuze niște voluntari care urcă noaptea pe Caraiman că ar concura cu o organizație umanitară pentru *capitalul de încredere*.

Cineva din vecinătatea (îndepărată a) speciei noastre, undeva în apropierea noastră geografică, a semnat acest act. Altcineva l-a aprobat. Și altcineva din nou l-a depus la tribunal. Iar toată asta — o spun direct — rămâne în arhive.

### **Să stimulăm puțin**

Să presupune, ipotetic vorbind, că procesul ar fi câștigat. Salvamont ar trebui să înlocuiască sau să modifice peste 10.000 de echipamente inscripționate. La un calcul minim de 200 RON per echipament — extrem de optimist — vorbim de un cost direct de 2.000.000 RON, fără monoperă, transport, redesign, reproiectare. Toți aceștia fiind bani pe care Salvamont nu îi are. Bani pe care publicul, sincer acum, nu îi va dona pentru schimbarea unei sigle. Publicul donează (dacă o face) întreținerea bazelor, echipamente medicale și de prim ajutor, vehicule și combustibil, pentru câinii de avalanșă... NU pentru un blestemat de „rebranding”.

Două milioane de lei smulși, indirect, din sistemul de salvare montană al României.

### **Cum s-a ajuns aici?**

Cred că s-a ajuns aici datorită faptului că am uitat distincția dintre legalitate și legitimitate. Sau poate că nu am avut-o niciodată. Nu mai știu. Dar, OK, nu vreau să disper — deci, revenind... Sau, aflându-se într-o criză financiară serioasă datorată ultimilor măsuri de austeritate impuse recent pe plan național și poate chiar și internațional. Nici asta nu știu. Dar, să presupunem că CRR ar avea dreptate juridic. Dar a avea dreptul să faci ceva nu înseamnă că este și corect să îl faci. La o organizație umanitară, această distincție ar trebui să fie **evanghelie**. Decredibilizarea care urmează acestui demers va fi evidentă.

Atingerea acestui punct critic se datorează probabil și faptului că oamenii care iau astfel de decizii nu se obligă să își asume public responsabilitatea. Acțiunea a fost depusă în numele unei instituții. **Cine** a luat decizia? Răspunsul standard: „*Conducerea organizației*.” Care nume? Care semnături?

Tăcere. Tăcerea protejează, desigur, iar la acest capitol putem chiar zice că avem parte de o moștenire istorică.

Mai mult ca sigur s-a ajuns aici și pentru faptul că în cultura noastră instituțională, simbolul a încetat să fie tratat ca patrimoniu și a început să fie tratat ca proprietate. Aceași greșală pe care am văzut-o săptămâna trecută la Dinamo. Aceași greșală pe care o vom mai vedea, garantat, și în alte cazuri în lunile care vin. Patrimoniu vs. proprietate. Comunitate vs. tribunal. Recunoaștere vs. exclusivitate. În ce lume ALEGEM să trăim?

Salvamontiștii nu au nevoie de scuze. Ei își vor continua munca exact ca înainte — vor urca pe munte la 3 dimineața, vor coborî oameni accidentați, vor antrena câini, vor strânge donații pentru echipamente. Cu sau fără proces. Cei care au de pierdut din povestea aceasta sunt, în mod paradoxal (dar poate și predictibil) cei care au inițiat-o.

### **La final, un mesaj către inițiatori.**

Faptul că puteți dormi liniștiți după ce, din confortul unui birou încălzit, ați aprobat mai mulți pornirea unui asemenea demers îmi spune că problema nu mai este una juridică sau de estetică. Pare, în cel mai bun caz, o prostie sau, altfel spus, o judecată de natură morală îndoielnică. Mă declar suspendat între tristețe și absurd. Mi se pare ca regăsim tot mai rar acel moment simplu pe care-l petrecem cu noi înainte de a face ceva, acea meditație de câteva respirații în care să ne întrebăm: **De ce?**

---

Ovidiu Hrin este expert în design grafic, tipografie și caligrafie, activ în Timișoara și internațional, cu experiență de peste 25 de ani în branding și sisteme complexe de comunicare vizuală. Fondator Synopsismedia.com și inițiator Typopassage Timișoara, îmbină practica profesională cu activitatea educațională. Lucrările sale au fost premiate la nivel internațional, inclusiv cu Red Dot Design Award, IF Design Award și European Design Awards.