

Τι γίνεται όταν και οι δύο γονείς είναι γραφίστες και μεγαλώνεις μέσα στο δημιουργικό τους γραφείο; Πρώτα απ' όλα από νωρίς σκέφτεσαι τι το σχετικό θα κάνεις... Προσπερνώντας την αρχιτεκτονική (που λόγω κλίμακας δεν του πήγαινε), και αφού απέστρεψε το βλέμμα από τη γραφιστική (ε, πια, μ' αυτή μεγάλωσε), ο Χριστόφορος Μπρέλλης επέλεξε το βιομηχανικό σχέδιο...



Σωτηρία Μέμου

44 Οι γονείς του είχαν στη δεκαετία του '70 μια επιτυχημένη για την εποχή της διαφημιστική εταιρεία, όπου πενούσε το μεγαλύτερο μέρος της ημέρας του καθώς οι ώρες που δούλευαν ήταν -βέβαια- πολλές: «Μου άρεσε που ήμουν εκεί γιατί είχε διάφορα “παιχνιδάκια”, κάποια από τα οποία μου επιτρεπόταν και να τα ακουμπήσω...»

Το τι σημαίνει βιομηχανικό σχέδιο και τι θα μπορούσε να κάνει μ' αυτό, το ανακάλυψε στην Αγγλία όπου πήγε για σπουδές. Εκεί ξεκίνησε και το πρώτο δικό του γραφείο το 1997, που συνέπεσε με τη μεγάλη έκρηξη του internet. Οι δουλειές που αναλάμβανε είχαν κυρίως να κάνουν με σχεδιασμό προϊόντων, όπως και την παραγωγή τους. Παράλληλα, επεξεργάστηκε 3D εφαρμογές στο internet, αλλά ασχολήθηκε και με ένα συνδυασμό ειδικοτήτων όπου η επικοινωνία έμπλεκε με το βιομηχανικό σχέδιο, καθώς δημιουργούσε αντικείμενα για τη διαφήμιση, σκηνοθετούσε video και αναλάμβανε τη διοργάνωση event, από το σχεδιασμό της ιδέας και τα αμιγώς γραφιστικά προϊόντα μέχρι τη μουσική...

Το γραφείο αυτό έχει σήμερα μεταφερθεί στην Ελλάδα, φέρει το όνομα antidot design studio και έχει στον πυρήνα του τον Χριστόφορο Μπρέλλη με διάφορους συνεργάτες και γνωστούς να έρχονται και να φεύγουν προσφέροντας τη συνεργασία τους ανάλογα με τις ανάγκες (www.antidot.gr). Η ενασχόληση με τόσο διαφορετικές μορφές επικοινωνίας προϋποθέτει κατ' αρχήν ένα πολύ ευρύ φάσμα γνώσεων: «Πρέπει να αφιερώσει κανείς χρόνο για να μπει σε κάθε χώρο και να τον κατανοήσει, ώστε να ξεπεράσει τους ανά ειδικότητα κανόνες για να λειτουργήσει το συνδυαστικό πλέγμα», λέει ο Χριστόφορος

Μπρέλλης. Τα τελευταία χρόνια ο τρόπος αυτός προσέγγισης έχει αρχίσει να παρουσιάζεται και στις σχολές σαν θεωρία, καθώς η αγορά το ζητά όλο και περισσότερο. «Στην πραγματικότητα πουλάς το σχεδιασμό ως υπηρεσία και καθώς η αγορά τείνει όλο και περισσότερο προς δίκτυα υπηρεσιών, γίνεται πολύ σημαντικό το να μπορείς να συνδυάσεις ειδικότητες. Και σε καθαρά πρακτικό επίπεδο, οι πελάτες προτιμούν να “κυνηγάνε” έναν παρά πολλούς - το γραφίστα, τον αρχιτέκτονα, το στυλίστα κ.λπ.»

Όσον αφορά το καθαρά βιομηχανικό σχέδιο, ο τομέας που έδειξε να ενδιαφέρει περισσότερο τον Χριστόφορο Μπρέλλη από τότε που ήταν στη σχολή ακόμα, ήταν το έπιπλο. Στην πρώτη εκείνη περίοδο έβγαζε ο ίδιος στην παραγωγή κάποιες ιδέες του και στη συνέχεια τις προωθούσε στην αγορά (DKNY, Habitat UK, Authentics, BOA). Τον απασχολούσαν οι διαθέσεις της αγοράς ή δημιουργούσε μόνο με βάση τη δική του εμπνευση και διάθεση; «Επειδή βρισκόμουν στο χώρο της σχολής, και στη συνέχεια στο Ανατολικό Λονδίνο, όλη μου η ζωή ήταν μέσα σ' αυτό το κύμα, στον πυρήνα που δημιουργούσε τις τάσεις, οπότε δεν χρειαζόταν να διαβάσω αναφορές και έρευνες για το τι ζητάει ο κόσμος».

---- Πολλοί υποστηρίζουν ότι η Αγγλία είναι από μόνη της ένα σχολείο design, με την έννοια ότι είναι τόσο πολλά τα ερεθίσματα που αρκεί να ζει κανείς εκεί για να μάθει.

- Αυτό είναι αλήθεια και το ίδιο συμβαίνει και με άλλες χώρες, για παράδειγμα με την Ολλανδία και τη Γερμανία. Είναι οι χώρες στις οποίες αναπτύχθηκε ο μοντέρνος καπιταλισμός και γεννήθηκε η βιομηχανική επανάσταση. Επομένως αυτοί είναι οι πρωτεργάτες στην κατανόηση της ανάγκης του σχεδια- **+**

«If it looks good, it flies well!»

Χριστόφορος Μπρέλλης



σμού, ως αναπόσπαστη φάση στη διαδικασία παραγωγής. Οι σχολές βιομηχανικού σχεδιασμού στην Αγγλία λειτουργούν από τα μέσα του 19ου αιώνα! Στην Ελλάδα, λόγω της ιστορίας μας, δεν ζήσαμε αυτά τα στάδια της οικονομικής, πολιτικής και πολιτιστικής ανάπτυξης. Ως αποτέλεσμα, η ιδιοκτησία όλο και περισσότερων αντικειμένων χρησιμοποιείται ως όχημα για να κοινωνική ανέλιξη και αύξηση της ισχύος μας - η γνωστή αρρώστια του Μικραστού. Η ιδιοκτησία έχει όμως πια γίνει κοινό κτήμα μεγάλης μερίδας του πληθυσμού (με τις ευλογίες του τραπεζικού συστήματος δανεισμού). Έτσι, η ανάγκη για διαφοροποίηση αποκτά νόημα πια όταν τα αντικείμενα είναι ενυπόγραφα και “ράτσας” – για τους λίγους (ή πολλούς) που το αναγνωρίζουν. Και αυτό το έχει αντιληφθεί πια και η βιομηχανία, ότι δηλαδή το παιχνίδι δεν παίζεται μόνο στην παραγωγή αλλά και στο σχεδιασμό.

Η ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ

Ο Χριστόφορος Μπρέλλης επέστρεψε στην Ελλάδα το 2002 και ασχολήθηκε με τη διαφήμιση, events, και μία σειρά project για τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Τώρα βρίσκεται στη φάση που επιστρέφει κατά κάποιο τρόπο στο βιομηχανικό σχεδιασμό με την κλασική του έννοια. Παράλληλα διδάσκει στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, στο τμήμα Μηχανικών Σχεδίασης

Προϊόντων και Συστημάτων: «Αυτό το “συστημάτων” έχει πολύ ενδιαφέρον γιατί σημαίνει ότι δεν σχεδιάζουμε μόνο υλικά προϊόντα αλλά και διαδικασίες και υπηρεσίες. Πράγμα που μπορεί να φτάσει μέχρι το χώρο του management ή ένα πληροφοριακό σύστημα...».

Η εμπειρία παραγωγής που είχε παλιότερα στην Ελλάδα δεν ήταν η καλύτερη δυνατή: «Θεώρησα ότι ενώ ήμουν στην Αγγλία, ήταν καλή ευκαιρία να κάνω παραγωγή στην Ελλάδα και να εξάγουμε τα προϊόντα αυτά στην Ευρώπη. Ε, λοιπόν, στάθηκε αδύνατον! Δεν μπορούσα να συνεννοηθώ με τους κατασκευαστές ούτε για τα βασικά πράγματα. Για παράδειγμα, ζητούσα διαφανές γυαλί και μου έλεγαν, έχω μπλε. Μα δεν θέλω μπλε. Μπλε είναι καλύτερο! Μα έχω παραγγελία έτοιμη, το θέλουν έτσι. Όχι, θα στο βγάλω εγώ καλύτερα... Είναι η λογική του μάστορα που δεν θέλει να τον βγάξεις και πολύ από τα νερά του... Συν το ότι όταν είσαι νέος δεν μπορείς να στήσεις γραμμή παραγωγής στην Ελλάδα γιατί δεν σε παίρνουν στα σοβαρά». Πάντως ο Χριστόφορος Μπρέλλης γενικότερα, θεωρεί το βιομηχανικό σχεδιασμό στην Ελλάδα “παρθένα γη” και αυτό έχει και τα θετικά του: «Υπάρχει χώρος να κινηθεί κάποιος, πάνω στη βάση ότι η αντίληψη του κοινού αλλά και των εταιρειών έχει αρχίσει να αλλάζει, ενώ παράλληλα υπάρχουν πολύ καλά μυαλά για να συνεργαστείς».

**ΑΘΗΝΑ 2004
ΧΑΡΤΗΣ**
Ενδεικτικός χάρτης με ιδιαίτερη πολυπλοκότητα στον όγκο πληροφοριών που περιέχει. Ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον information design project, που λειτουργεί έτσι ώστε να επισφραγισθεί η εξειδίκευση του αντίστοιχου design studio σε τέτοιου είδους εργασίες.




BOXES

Σειρά από κουτιά για την αποθήκευση μικρών και αγαπημένων αντικειμένων
Υλικά: Sycamore, ανοξείδωτο, αλουμίνιο και ελαστικό

SALT+PEPPER SET

Ένα ζευγάρι αλατοπίπερο, βασισμένο στη αρχή λειτουργίας των τουριστικών "χιονόσφαιρων". Με τη χρήση, ανακινείται το χιόνι, (και πέφτει και το αλάτι / πιπέρι).
Υλικά: Χειροποίητο φυσικό γυαλί, πλαστικό χιόνι, ανοξείδωτο ατσάλι


CANDLESCAPES

Μια σειρά από μεταλλικές φιγούρες προβάλλουν σκιές και περιβάλλοντα στους τοίχους του δωματίου. Οι σκιές, σε πλήρες σκοτάδι, φθάνουν σε ύψος το ένα μέτρο. Μία παραλλαγή του παλιού και γνώριμου θεάτρου σκιών και του Καραγκιόζη.
Υλικά: οξιά, ανοξείδωτο ατσάλι κομμένο με laser, μαγνήτες


VOYEUR MORT

Πολυθρόνα με πολλαπλούς τρόπους καθίσματος και χρήσεις
Υλικά: Plywood, ύφασμα και επινικελωμένο σίδηρο

STRUCTURA

Σκαμνί για σχεδιαστήριο, με αρνητική γωνία θέσης, για να παραμένει η πλάτη του χρήστη σε όρθια θέση
Υλικά: κάλυβας, οξιά, δέρμα



Την έμπνευση την αναζητά στη φύση και στον ερωτισμό, ανατρέχοντας σε καταστάσεις που έχει βιώσει. Παράλληλα, τον βοηθά πολύ η γεωμετρία: «Κοιτάζω μέσα από τα πράγματα προσπαθώντας να κατανοήσω ποια είναι η ουσιαστική φόρμα, η απλοποιημένη μορφή αυτού που πάω να κάνω. Εκεί μπορεί να εμπεριέχεται και η λειτουργία».

Εννοείτε ότι προσεγγίζετε τα πράγματα αφαιρετικά;

Ναι. Και έτσι δημιουργώ τους συνδέσμους ανάμεσα στην έμπνευση, τις αισθητικές αξίες αλλά και τις πρακτικές ανάγκες, μεθόδους παραγωγής κ.λπ. Κάποιο από τα κομμάτια αυτής της περίπλοκης διαδικασίας με βοηθάει να ξεκολλήσω αν έχω μπλοκάρει, για παράδειγμα αν έχω κολλήσει στο λειτουργικό μπορεί να με βοηθήσει το αισθητικό, ή και αντίστροφα. Πολύ συχνά θυμάμαι, και αναφέρω και στους φοιτητές μου, τους Βρετανούς αεροναυπηγούς μετά τον πόλεμο, που έλεγαν: «If it looks good, it flies well!». Εννοούσαν ακριβώς ότι η αισθητική και η λειτουργία υπερκαλύπτονται, η μία αντικατοπτρίζει την άλλη.

Επί της ουσίας τι σημαίνει αυτό;

Ότι αν υπάρχει εγγενής ισορροπία και αρμονία, το αντικείμενο λειτουργεί καλά. Αν είναι σωστά τοποθετημένο σε σχέση με το φως, αν είναι ορθά τα χρώματα, η μορφή, ο όγκος και η πλαστικότητα, πιθανότατα θα είναι σωστή και η λειτουργία. Πλησιάζουμε, έτσι, σε περιοχές της Αισθητικής Φιλοσοφίας που αφορούν νοήματα εννοιών όπως "ομορφιά", "ισορροπία" κ.λπ., που είναι μια άλλη ενδιαφέρουσα συζήτηση.

Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΑΦΑΙΡΕΣΗ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΝΟΗΜΑ
Η νέα τάση στο σχεδιασμό είναι γενικότερα προς την αφαίρεση;

Αυτό που λέμε minimal ή αφαιρετικό, κατ' αρχήν δεν είναι νέο. Μετά την πρακτική του εφαρμογή στις αρχές του 20ου αιώνα από τους Ευρωπαίους, (που προήλθε από την ανάγκη τυποποίησης για τη βιομηχανική παραγωγή), επανεμφανίζεται κατά περιόδους. Μία από τις τελευταίες του μορφές μοιάζει να είναι δανεισμένη από την Ανατολή. Η ευρωπαϊκή αισθητική για πολλούς αιώνες ήταν μαξιμαλιστική, μπαρόκ, το οποίο τώρα έχει επανέλθει γιατί το "απλό" δεν ικανοποιεί πλέον. Ο μοντερνισμός και το Bauhaus είχαν μια ολόκληρη πολιτική φιλοσοφία πίσω τους: οι φόρμες ήταν απλές για να μην απαιτείται τεχνίτης και τα προϊόντα έπρεπε να είναι φτηνά για να είναι προσιτά, ήταν η πραγμάτωση του σοσιαλιστικού ιδεώδους της εποχής. Ήταν ζήτημα παραγωγής, υγιεινής, απλότητας, αμεσότητας και οικονομίας και μέσα απ' αυτό έβγαине και μια καθαρότητα σκέψης. Όλα αυτά είχαν ισχύ μέσα σ' ένα συγκεκριμένο κοινωνικο-πολιτικό πλαίσιο.

Οι Ανατολίτες αντίστοιχα έχουν μια άλλη φιλοσοφική και θρησκευτική θέση που υποστηρίζει γιατί οι ναοί τους, λ.χ. πρέπει να είναι απλοί - το αποτέλεσμα μιας μακράς πολιτιστικής ιστορίας. Στην Ευρώπη, η ιστορία της αφαίρεσης από το '90 και μετά μοιάζει κενή νοήματος. Είναι απλά δανεισμός ενός τμήματος μιας ολόκληρης φιλοσοφίας. Δεν υποβάλλει έναν ολοκληρωμένο τρόπο ζωής, είναι μια φορμαλιστική προσέγγιση, η οποία (ειδικά όταν είναι από ευτελή ή λάθος υλικά) δεν έχει κανένα νόημα. ☒

TOOB - CHAIR

Καρέκλα που στοιβάζεται, για οικιακή ή επαγγελματική χρήση. Σε παραλλαγές με ή χωρίς μπράτσα
Υλικά: Αλουμίνιο, plywood, ελαστική βάση μηχανής και ABS




POINT IN SPACE - TABLE

Μια σειρά από οικιακά τραπέζια βασισμένα στη λογική του Καρτεσιανού κάρναβου. Κατασκευασμένα από χαρακτηριστικά υλικά κτηρίων, οι πραγματικές μορφές διασταυρώνονται με τις σκιές τους και δημιουργούν περίπλοκα σχήματα - ώστε προκύπτει ένα ενδιαφέρον παιχνίδι...

Υλικά: ενισχυμένο σκυρόδεμα, σίδηρο και γυαλί

SOFT SELF - FRUITBOWL

Δοχείο για φρούτα. Η μορφή του "εμφανίζεται" όταν τοποθετηθούν τα φρούτα μέσα του - όταν είναι άδειο, το ελαστικό ύφασμα ανακτά την επίπεδη μορφή του και δημιουργεί την εντύπωση ενός δυσνόητου (και μάλλον άχρηστου) αντικειμένου.

Υλικά: MDF λακαριστό, lycra, αλουμίνιο


ΑΘΗΝΑ 2004
ΥΠΕΡΠΗΔΗΣΗ ΕΜΠΟΔΙΩΝ (2002-2004)

Σχεδιασμός των εμποδίων για τους αγώνες της Αθήνας. Ένα εξαιρετικά δύσκολο project, κατά το οποίο έπρεπε να έρθουν σε ισορροπία η προσωπική αντίληψη για την αισθητική ιστορία της χώρας, η εικόνα των αγώνων (και της χώρας), και, πάνω από όλα, οι τεχνικές και αισθητικές απαιτήσεις των ανθρώπων του αθλήματος



Λέγεται ότι η λευκή πλαστική καρτέλα, αυτό το υποτιμημένο αντικείμενο, θα αποτελέσει στο μέλλον το σήμα κατατεθέν του βιομηχανικού design του '80. Τι είναι αυτό που κάνει τελικά ένα αντικείμενο να μένει στην ιστορία και να θεωρείται ότι χαρακτηρίζει μια ολόκληρη εποχή;

Παλιότερα η τέχνη ήταν κάτι τελείως ξεχωριστό από την καθημερινότητα. Στον εικοστό αιώνα όμως έγινε μια μετάβαση προς την ανάδειξη του βιομηχανικού προϊόντος ως πολιτιστικό προϊόν. Θεωρείται, με άλλα λόγια, ότι το βιομηχανικό προϊόν είναι φορέας των αξιών του πολιτισμού της εποχής του. Η πλαστική καρτέλα ενσωματώνει πολλές από τις βασικές αξίες του δικού μας πολιτισμού: το ότι μπορεί να την αποκτήσουν όλοι, το ότι είναι βολική και εύχρηστη, το ότι δεν απαιτεί ιδιαίτερο "σεβασμό" και ότι δεν σκεπτόμαστε τι θα συμβεί αν σπάσει το ένα από τα πόδια της - μιας και θα ζήσει σε μια κωματερή για 15.000 χρόνια με τα τρία υπολειπόμενα πόδια της... Το ότι δεν μας νοιάζει, είναι κι αυτό δείγμα του πολιτισμού μας.... Όπως και το γεγονός ότι τόσοι πολλοί, απορροφημένοι από τον εαυτό τους σχεδιαστές, δεν μπορούν να αντιπροτείνουν κάτι καλύτερο!»

Μια άλλη τάση που παρατηρούμε σήμερα, είναι η δημιουργία "έξυπνων" προϊόντων, συχνά οικολογικών, που κλείνουν κατά κάποιο τρόπο το μάτι στον καταναλωτή, που τον κάνουν να χαμογελάσει. Ποια είναι η γνώμη σας γι' αυτή την προσέγγιση;

Αν χειριστεί κανείς σωστά τα σύμβολα, είναι εύκολο να το πετύχει. Υπάρχουν δεδομένα που αν τα τοποθετήσεις σε αντίθεση ή τα ανατρέψεις, ο περαστικός τελικά θα χαμογελάσει. Από την άλλη πλευρά, θεωρώ ότι χάνουμε λίγο το νόημα με αυτό το στυλ "λίγο πλάκα μέσα στο design". Αντικατοπτρίζει κι αυτό χαρακτηριστικά την εποχή μας, όπου εφόσον φιλοσοφικά και πολιτικά βρισκόμαστε σ' ένα τέλμα, φυσικό είναι να θέλουμε μόνο να παίξουμε λίγο και να γελάσουμε. Το οικολογικό ζήτημα είναι επίσης τεράστιο, αλλά δεν συνδέεται απαραίτητα με τις τάσεις αυτές. Θεωρώ ότι ο σχεδιαστής πρέπει να παίρνει θέση, να προτείνει -ή τουλάχιστον να υποδεικνύει- έναν τρόπο ζωής. Αν αυτό που έχεις να προτείνεις είναι απλά "να κάνουμε πλακίτσα", εκεί τίθεται ένα μεγάλο ζήτημα.

Το αποκλείετε κάποιος που "κάνει πλακίτσα" να έχει κι ένα όραμα;

Όχι βέβαια. Απλά συνήθως δεν συμβαίνει έτσι. Και η βιομηχανική παραγωγή δεν είναι το κατάλληλο μέσο.

Αρνείστε γενικότερα τη "μόδα" στο βιομηχανικό σχεδιασμό;
Υπάρχουν βιομηχανικοί σχεδιαστές που λειτουργούν ως σχεδιαστές μόδας, δηλαδή αλλάζουν το στυλ τους σύμφωνα με τις τάσεις, προωθούν τρόπους ζωής και εναρμονίζονται με το life style που κυριαρχεί. Αυτό είναι μια σεβαστή στάση, αλλά δεν είναι η δική μου. Η τάση που θα ήθελα να δω να αναπτύσσεται και τα σχέδια που με ενδιαφέρουν είναι πιο χρηστικά και ίσως και ουσιαστικά. Επίσης ο τρόπος ζωής που προεβού είναι πιο... σεμνός. Σεμνός με την έννοια της έλλειψης υπερβολής. Δεν θέλω να μπω στη λογική αυτής της τάσης, γιατί αντιμετωπίζει το design σαν μόδα, ενώ θέλω να ελπίζω ότι ο σχεδιασμός εμπεριέχει ευθύνη και αποτυπώνει πάνω του μια ιστορία. ❌