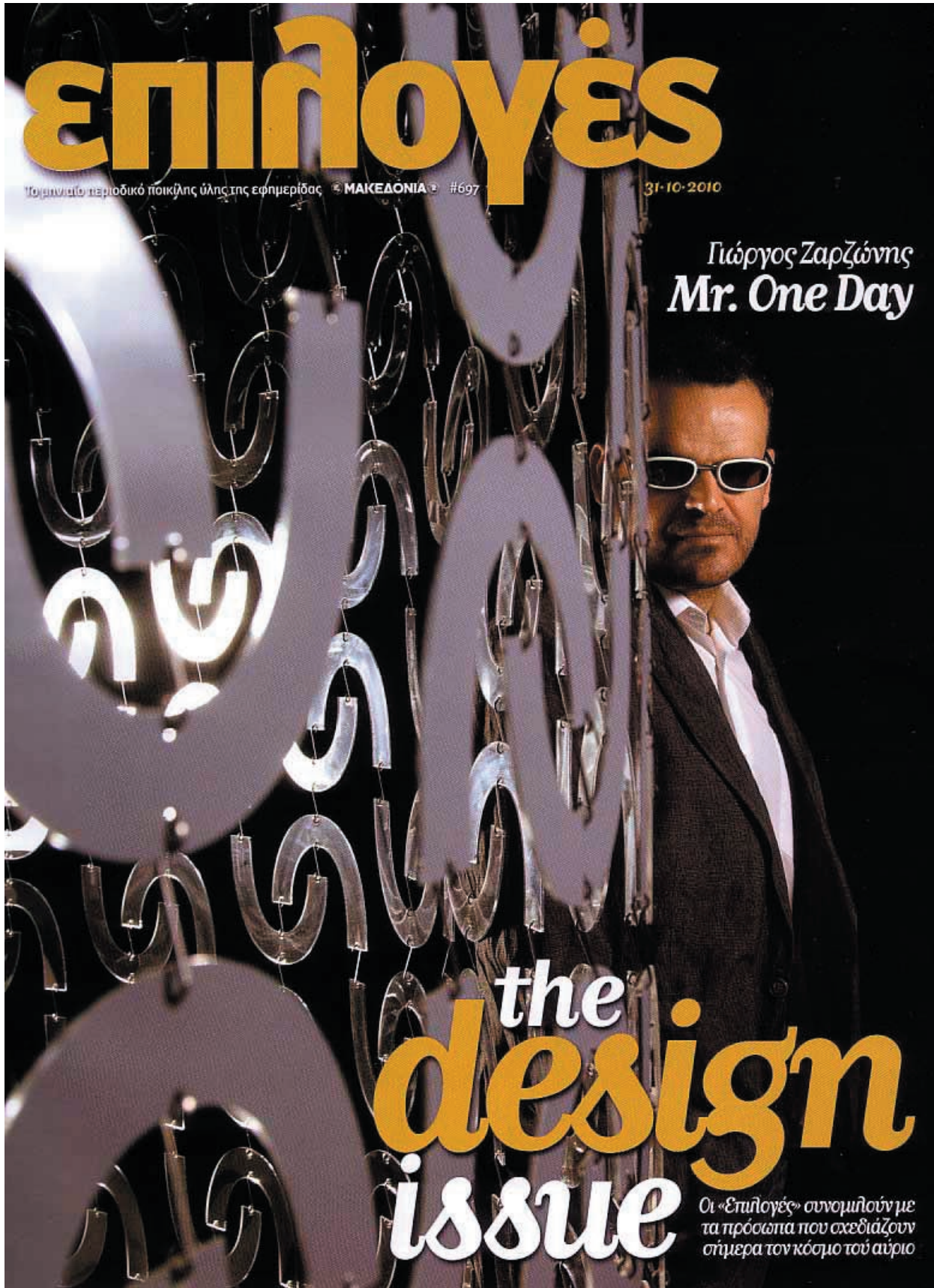


Άρθρο στην Εφημερίδα Μακεδονία (ένθετο περιοδικό Επιλογές) της 31-10-2010

Αναφορά

στο Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου

και στον Καθηγητή Εφαρμογών του ΤΕΙ Λάρισας Θανάση Μπάμπαλη



·success story·

Θανάσης Μπάμπαλης Design επί της ουσίας

Ένα πρότζεκτ εμπνευσμένο, σχεδιασμένο και κατασκευασμένο στη Θεσσαλονίκη βραβεύτηκε πρόσφατα με το περίβλεπτο, διεθνές «Dieline Award». Η συσκευασία κρασιού «Votrys» (εικονίζεται από κάτω), που σχεδίασε ο βιομηχανικός σχεδιαστής Θανάσης Μπάμπαλης, είναι απόδειξη πως υπάρχει ελπίς...

Συνέντευξη στην Όλγα Τσαντίλα • Οι φωτογραφίες προέρχονται από το προσωπικό αρχείο του Θανάση Μπάμπαλη.



Tον περασμένο Απρίλιο ανακοινώθηκε στο Σικάγο πως ο Θεσσαλονικίος βιομηχανικός σχεδιαστής Θανάσης Μπάμπαλης ήταν ο νικητής του διεθνούς διαγωνισμού συσκευασίας προϊόντων «The Dieline Awards», στην κατηγορία «Συσκευασία για κρασί, οινοπνευματώδη ποτά και κοπινό». Η διάκριση ήταν για τη συσκευασία δώρου «Votrys», που του ανέθεσε ο Βαγγέλης Γεροβασιλείου για τα κρασιά της εταιρείας «Κτήμα Γεροβασιλείου». Η φιλοσοφία του σχεδιασμού δεν παρέπεμπε μόνο σημειολογικά στο κρασί (δρύινη συσκευασία, η επιλογή της λέξης βότρυς=τσιμπή), αλλά αποτύπωνε και την οικολογική φιλοσοφία του σχεδιαστή και του παραγωγού, μέσω της επανάχρησής της: τοποθετώντας τη μία συσκευασία πάνω στην άλλη, δημιουργείται μια κάβα αποθήκευσης!

Δεν ήταν το πρώτο βραβείο για τον εξαιρετικό βιομηχανικό σχεδιαστή, ήταν όμως σίγουρα το πιο σημαντικό, όπως λέει ο ίδιος στις «Επιλογές»: «Ήταν ένας διεθνής διαγωνισμός υψηλού επιπέδου και ποιότητας, με συμμετοχές συσκευασίας προϊόντων που κατατέθηκαν από ευρέως γνωστές πολυεθνικές εταιρείες-κολοσσούς, leaders της παγκόσμιας αγοράς, και με κριτική επιτροπή που αποτελούσαν από πολλούς και σημαντικούς κριτές στον χώρο τους».

Ο διαγωνισμός αφορούσε σχέδια που έχουν ήδη παραχθεί και κυκλοφορούν στην αγορά, όχι απλώς σχεδιαστικά concepts που δεν έχουν βγει ακόμη στην παραγωγή. Όσοι

γνωρίζουν την πορεία του Θανάση Μπάμπαλη, αλλά και τη δυσκολία να εξασκεί κάποιος το επάγγελμα του industrial designer στην Ελλάδα, αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα της βράβευσης...

Ποιες ήταν οι προκλήσεις του σχεδιασμού της οινόθηκης για το «Κτήμα Γεροβασιλείου»;

Η πρώτη πρόκληση ήταν να σχεδιαστεί κάτι που θα ήταν οικολογικό, χρηστικό, αλλά και εντυπωσιακό, ένα «αντικείμενο του πόθου». Δεν ήθελα επ' ουδενί να σχεδιάσω κάτι όμορφο, που θα πεταχτεί όμως αφού ανοιχτεί η συσκευασία. Ο ρόλος της επανάχρησής της συσκευασίας ήταν από την αρχή στο μυαλό μου και σ' αυτό είχαμε συμφωνήσει εξ αρχής με τον πελάτη.

Η μεγαλύτερη, ωστόσο, πρόκληση ήταν η υλοποίηση του σχεδίου: το υλικό δεν είχε μορφοποιηθεί με τέτοιο τρόπο στο παρελθόν, συνεπώς η δημιουργία αυτού του σχήματος ήταν μια κατασκευαστική «υπέρβαση» κι ένα τεχνολογικό κατόρθωμα. Σε αυτό μάς βοήθησε η παραγωγική εταιρεία «Ελευθεριάδης Ελευθέριος», με έδρα τη Θεσσαλονίκη, που επιστράτευσε όλη την τεχνογνωσία και τον υπερούχρονο εξοπλισμό της για την ολοκλήρωση της ιδέας-σχεδίου με τον καλύτερο τρόπο. Επιπλέον, η γραφιστική προσέγγιση του δημιουργικού γραφείου «Red Creative» «κούμπωσε» πραγματικά τη συνολική αισθητική της συσκευασίας. Ήταν πολύ ικανοποιητικό ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι σε αυτό το πρότζεκτ ήταν δημιουργικοί άνθρωποι από τη Θεσσα-

λονίκη -από τον πελάτη μέχρι τον παραγωγό.

Πώς ήταν η επόμενη μέρα από την ανακοίνωση του βραβείου;

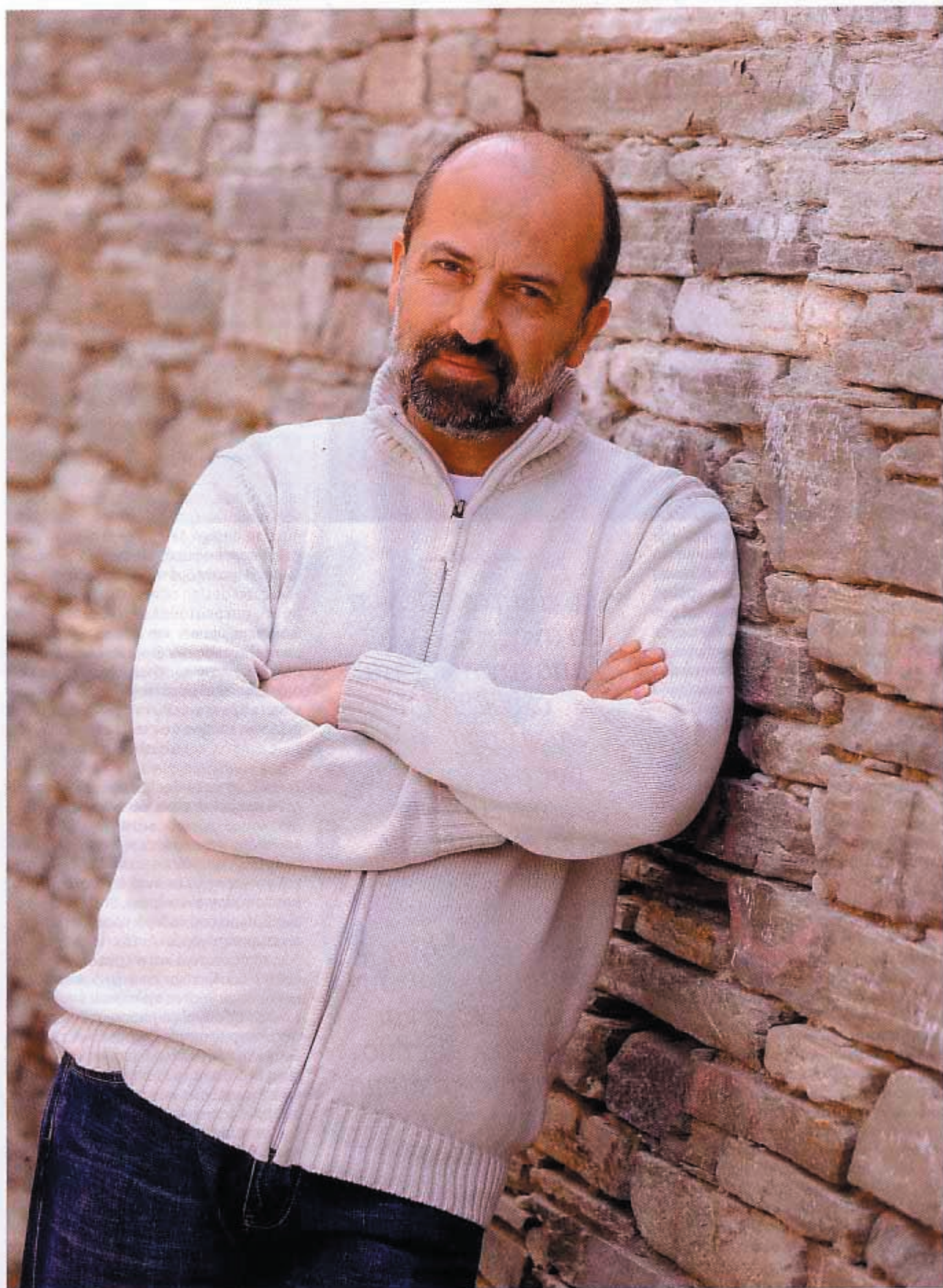
Εκείνες τις ημέρες μόλις είχαμε ολοκληρώσει την ιστοσελίδα μου (www.ababalilis.com), που σχεδίασε ο web designer Γιώργος Βουρλίδας (www.hintdesign.net). Αμέσως μετά τη βράβευση, τα χτυπήματα στην ιστοσελίδα απογειώθηκαν! Μετά ακολούθησαν μηνύματα απ' όλο τον κόσμο...

Και πώς μεταφράζεται επαγγελματικά αυτή η επιτυχία;

Έκτοτε, δέχθηκα αρκετές προτάσεις, κυρίως από το εξωτερικό. Επιπλέον, ως καθηγητής Εφαρμογών Βιομηχανικού Σχεδιασμού στο ΤΕΙ της Λάρισας, θέλησα η συγκεκριμένη συνεργασία με το «Κτήμα Γεροβασιλείου» να γίνει μέσω του ΤΕΙ, ευελπιστώντας η προσπάθεια αυτή να είναι μια αρχή για τις δυνατότητες που έχουν τα ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα. Η βράβευση έδωσε ικανοποίηση τόσο σε μένα όσο και στο ΤΕΙ Λάρισας και στο τμήμα όπου εργάζομαι.

Οι ελληνικές παραγωγικές εταιρείες εμπιστεύονται πλέον τους Έλληνες σχεδιαστές;

Οι εταιρείες που είναι εξωστρεφείς, ναι. Η νέα γενιά που αναλαμβάνει τη διοίκηση των εταιρειών γνωρίζει καλύτερα τα πλεονεκτήματα του επαγγελματικού σχεδιασμού. Μερικές εμπιστεύονται μόνο ξένους σχεδιαστές -ίσως γιατί η υπογραφή τους «πουλά-





ει». Είναι στο χέρι μας να το αλλάξουμε αυτό. Το ελληνικό design θα αναδειχθεί μέσα από την ποιότητα σχεδιασμού των προϊόντων που σχεδιάζονται από έλληνες σχεδιαστές και κατασκευάζονται από ελληνικές εταιρείες, ιδιαίτερα όταν αυτά μπαίνουν σ' ένα κουτί και ταξιδεύουν σε όλο τον κόσμο, επώνυμα και περήφανα, με την σφραγίδα «Designed and Made in Greece».

Παράλληλα, η άνθηση του design ως trend έδωσε ώθηση στον βιομηχανικό σχεδιασμό με τρόπο ώστε σήμερα η Ελλάδα (που, σημειωτέον, δεν έχει παρά ελάχιστες παραγωγικές εταιρείες σε σχέση με άλλες χώρες) να καταμετρά πέντε σχολές βιομηχανικού σχεδιασμού στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, στο ΤΕΙ Λάρισας-Καρδίτσας, στο ΤΕΙ Κοζάνης, στο ΤΕΙ Αθηνών και στο ΤΕΙ Σερρών. Αναρωτιέμαι πού θα απορροφηθούν όλοι αυτοί οι απόφοιτοι...

Εσείς διδάσκετε στο τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου στο ΤΕΙ Λάρισας-Καρδίτσας. Πώς είναι οι υποδομές και το επίπεδο των σπουδών;

Θεωρώ ότι το συγκεκριμένο τμήμα είναι μοναδικό στην Ελλάδα, για πολλούς λόγους. Καταρχήν, το αντικείμενο σπουδών είναι μοναδικό στη χώρα. Το διδακτικό προσωπικό λειτουργεί υποδειγματικά σε σχέση με άλλα ιδρύματα. Η έννοια της ομαδικής δουλειάς είναι αυτονόητη, ενώ η αυτοκριτική, η βελτίωση του τρόπου διδασκαλίας, της έρευνας και των υποδομών αποτελούν καθημερινή αγωνία μας. Οι υποδομές σε εργαστηριακό εξοπλισμό είναι υποδειγματικές και σχετικά πλήρεις, ακόμη και σε σύγκριση με πανεπιστήμια του εξωτερικού. Υπάρχει διάθεση για εξωστρέ-

«*Το ελληνικό design θα αναδειχθεί μέσα από την ποιότητα σχεδιασμού των προϊόντων που σχεδιάζονται από έλληνες σχεδιαστές και κατασκευάζονται από ελληνικές εταιρείες -ιδιαίτερα όταν αυτά μπαίνουν σε ένα κουτί και ταξιδεύουν σε όλο τον κόσμο, επώνυμα και περήφανα, με τη σφραγίδα 'Designed and Made in Greece'.*»

φεια και συνεργασία με την αγορά, με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τους φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού και ιδιαίτερα με τον ελληνικό παραγωγικό κλάδο - έχουμε στην ιστοσελίδα μας παραδείγματα τέτοιων συνεργασιών, που βοηθούν τους αποφοίτους μας να βρουν δουλειά άμεσα ή ακόμη και πριν την αποφοίτησή τους. Η συνεργασία με τα «Κτήμα Γεροβασιλείου» είναι μία από τις πολλές που έγιναν με σκοπό τη σχεδιαστική βελτίωση προϊόντων, λόγω της προβολής που προκάλεσε η διεθνής βράβευση, ωστόσο, έχει ήδη φέρει νέες συνεργασίες.

Η έκρηξη και η υπερπροσφορά του design «τρόχισε» το αισθητικό μας κριτήριο ή απλώς μάς οδήγησε στην υπερκατανάλωση χρηστικών και διακοσμητικών αντικειμένων;

Αυτό που παρατηρούμε είναι η έκρηξη και η υπερπροσφορά του «διακοσμημένου» προϊόντος. Το design, όμως, δεν είναι μόνο αυτό: είναι η βελτίωση του προϊόντος από όλες τις απόψεις -χρηστικές, ενεργειακές, υλικές, παραγωγικές, συναισθηματικές, αισθητικές, αλλά και πλουραλιστικές. Αυτό το design δεν βρίσκεται σε έκρηξη και υπερπροσφορά, ούτε σε υπερκατανάλωση. Η (μοχλευμένη) παρεξήγηση της έννοιας του design οδηγεί σε υπερπροσφορά και υπερκατανάλωση προϊόντων που δεν χρειαζόμαστε και σε παρεξήγηση του επαγγέλματος του βιομηχανικού σχεδιαστή. Ο κόσμος μάς θεωρεί καλλιτέχνες ή διακοσμητές: μεγάλο λάθος! Μπορούμε και έχουμε την ευθύνη να κάνουμε πολύ περισσότερα για τις εταιρείες παραγωγής, τους χρήστες και τον πλανήτη μας.

Τελικά, το καλό design πρέπει να κοστίζει ή μπορεί να είναι και φθινό;

Το ποιοτικό (ουσιαστικό) design, όταν είναι καινοτόμο και παράγεται σε περιορισμένη ποσότητα, αρχικά για να κριθεί αν ο καταναλωτής το θέλει (κι αυτό δεν αφορά απλώς ένα καινούργιο «αχίμα»), είναι πάντα λίγο ακριβότερο από τα λιγότερο ποιοτικά αντικείμενα της αγοράς. Αυτά είναι λογικά, καθώς τα συστατικά και η εργασία που μπήκαν στο προϊόν είχαν επιπλέον κόστος. Όταν το επιπλέον κόστος προκύπτει αποκλειστικά -δηλαδή, χωρίς ουσιαστικό design- από την υπογραφή ενός διάσημου σχεδιαστή, δεν είναι πάντα δίκαιο (και πολλές φορές είναι ένα τέχνασμα που βολεύει την εταιρεία παραγωγής, για να αυξήσει το κέρδος ανά μονάδα προϊόντος). Δυστυχώς, αγοράζουμε προϊόντα για τους πιο παράξενους και αυθόρμητους λόγους, με αποτέλεσμα να μη δημιουργούμε πραγματική σχέση με το αντικείμενο που αγοράσαμε. Δεν το εξετάζουμε προσεκτικά κατά την αγορά και τελικά το πετάμε σχετικά γρήγορα για κάποιο άλλο, πιο «φρέσκο» ή «καλύτερο». Έχοντας τόσα «φθηνά» προϊόντα γύρω μας, είναι λογικό να έχουν αλλάξει και οι απαι-



τήσεις μας -γεγονός που δημιουργεί μια εσφαλμένη εικόνα του «τι είναι λογική τιμή» για κάτι.

Ποια είναι η άποψή σας για το οργανικό ή οικολογικό design, που φαίνεται να βρίσκεται στην πρώτη γραμμή μιας γενικευμένης σχεδιαστικής φιλοσοφίας; Είναι μόδα, ανάγκη, ειλικρινής ευαισθησία ή αδυναμία να βρεθεί ένα άλλο, ισχυρό αισθητικό ρεύμα;

Φυσικά και το οικολογικό design, ως φράση και δήθεν ορισμός, έχει «παραφορεθεί», σε βαθμό που να γίνει μόδα και να είμαστε καχύποπτοι απέναντί του. Καλά κάνουμε. Είναι όμως θετικό ότι, σε επίπεδο υλικών και κατασκευής, τα πράγματα βελτιώνονται σημαντικά λόγω αυτής της «μόδας». Επίσης, οι καταναλωτές είναι πιο ενημερωμένοι για τις ιδιότητες των υλικών των προϊόντων, κάτι που είναι προτιμότερο από την άγνοια...

Προσωπικά, δεν το θεωρώ μόδα, αλλά ένα αυτονόητο στοιχείο στη διαδικασία σχεδιασμού. Ζούμε σε μια περίοδο πρωτόγνωρης τεχνολογικής ανάπτυξης, που στηρίζεται και στην υπερκατανάλωση. Είναι καλό να ελέγχουμε την ανάπτυξη με οικολογική συνείδηση και να υποστηρίζουμε τις καλοπροαίρετες και ειλικρινείς προσπάθειες -αλλά, την ίδια στιγμή, να είμαστε σε θέση να αναγνωρίζουμε τις «ψεύτικες». Ως σχεδιαστής, αισθάνομαι πως η ευθύνη σχετικά με την οικολογία και τη βιωσιμότητα κάθε σχεδιαστικής μου πρότασης βαρύνει εμένα περισσότερο από τον παραγωγό που θα την υλοποιήσει. Το οικολογικό design είναι αναπόσπαστο κομμάτι της δουλειάς μου. **FX**

who is who

Ο Θανάσης Μπάμπλης σπούδασε Βιομηχανικό Σχεδιασμό Προϊόντων και Επίπλων στο London Metropolitan University και έκανε το μεταπτυχιακό του στο Royal College of Art, στο Λονδίνο. Εργάστηκε στο Λονδίνο και τη Νέα Υόρκη και το 2003 επέστρεψε στη Θεσσαλονίκη και άνοιξε το δικό του σχεδιαστικό γραφείο. Το 2006 εξελέγη καθηγητής εφαρμογών στο ΤΕΙ Λάρισας, στο τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου, στην Καρδίτσα.

Εκτός από το 1ο βραβείο σχεδιασμού στον διαγωνισμό συσκευασίας «The Dieline Awards» (ΗΠΑ, 2010), έχει αποσπάσει το 2ο βραβείο καινοτομίας στον διαγωνισμό σχεδιασμού συσκευασίας του υπουργείου Ανάπτυξης (2007), το 3ο βραβείο σχεδιασμού στον διεθνή διαγωνισμό σχεδιασμού επίπλου της εταιρείας «Δρομέας ΑΒΕΕΑ» (2006), βραβείο καινοτομίας από το British Standards Institute (Μεγάλη Βρετανία, 1996), δύο πρώτα βραβεία σχεδιασμού στον διαγωνισμό του Royal Society of Arts (Μεγάλη Βρετανία) και δύο πρώτα βραβεία σχεδιασμού στον διαγωνισμό της Furnidex-Helexpo (1994-1995). Δημιουργίες του έχουν χρησιμοποιηθεί ως κύρια μέρη σκηνογραφίας στο τηλεοπτικό κανάλι Channel 4 (1994-1995), στην ταινία «Sliding Doors» (1998) με τη Γκούνεθ Πάλτροου και σε διαφημιστικά spots.

Ορισμένες από τις πρόσφατες συμμετοχές του σε εκθέσεις ήταν στη «Fuse 2010» στο Σικάγο, στο «Design Lab» στην Αθήνα, στη Biennale Internationale Design 2008 (Σεντ Ετιέν, Γαλλία) και στο «Green Festival Athens 2008».

Σχεδιάζει με γνώμονα τις ανάγκες του άνθρωπου-χρήστη, εμπνευσμένος από τον τρόπο που η φύση δημιουργεί τα «προϊόντα της» (σε αισθητικό, λειτουργικό και οικολογικό επίπεδο).

Προσπαθεί η αισθητική του να είναι «καθαρή» και με ευθύτητα.

Αγαπά και χρησιμοποιεί την τεχνολογία, για να

δημιουργήσει καλύτερα και πιο ποιοτικά προϊόντα, αλλά δεν αφήνει την τεχνολογία να τον παρασύρει μακριά από τους στόχους του. Θεωρεί το οικολογικό design αναπόσπαστο κομμάτι της δουλειάς του και αισθάνεται πως η ευθύνη σχετικά με την οικολογία και τη βιωσιμότητα κάθε σχεδιαστικής του πρότασης βαρύνει αυτόν περισσότερο από τον παραγωγό που θα την υλοποιήσει.