

# + design



DESIGN IS NOT A PROFESSION - IT'S A HEARTACHE



# Αφροδίτη Κρασοά

## Προϊόντα που ξαφνιάζουν

Από το 2002 που ίδρυσε την εταιρεία που φέρει το όνομά της, η Αφροδίτη Κρασοά έχει καταφέρει όχι μόνο να αποσπάσει βραβεία, αλλά και να αποκτήσει ένα σημαντικό διεθνές πελατολόγιο. Σ' ένα χώρο κατ'εξοχήν ανδρακρατούμενο, όπως είναι το βιομηχανικό design, η Ελληνίδα σχεδιάστρια μιλάει στην Μαριάννα Κολοκοτρώνη για το ξεκίνημα, τις σπουδές, την πορεία της αλλά και την ιστορία ενός στηθόδεσμου...



Μαριάννα Κολοκοτρώνη

**53** Η Αφροδίτη Κρασά σπούδασε Product Design στο Central Saint Martins College στο Λονδίνο από το 1993 ως το 1996 και δούλεψε σε δύο από τις καλύτερες design consultancies του Λονδίνου, τη Seymour Powell Ltd. και την Priestman Goode. Το 1999 τη δέχθηκαν στο Royal College of Art για μεταπτυχιακό (MA Design Products), όπου μελέτησε υπό τον καθηγητή Ron Arad. Πριν τέσσερα χρόνια ίδρυσε τη δική της εταιρεία με το όνομα Afrodítikrassa, η οποία στο πελατολόγιό της περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τους John Lewis, Fired Earth Interiors, Big Issue και Sketch στο Λονδίνο, E&Y and Cassina στην Ιαπωνία, WMF, Variano and Vogt + Weizenegger στη Γερμανία και Paola C. + Aldo Cibic στην Ιταλία.

Έτσι ξεκίνησε. «Βέβαια τότε το industrial design, και ειδικά στο Saint Martins, είχε πολύ σχέση με τη μηχανολογία και σχεδίαζε πολλά προϊόντα μαζικής παραγωγής. Στο degree show έβλεπες όλο τηλεοράσεις, computer και κινητά τηλέφωνα. Δεν είχε ούτε έπιπλα, ούτε φωτιστικά που βλέπεις τώρα».

Η πρώτη δουλειά ήταν στην εταιρεία Priestman Goode: «Εμείνα ένα χρόνο, παρόλο που το περιβάλλον ήταν κάπως απελπιστικό και όχι ιδιαίτερα δημιουργικό. Όταν έφυγα από εκεί έκανα αιτήσεις σε 18 εταιρείες, με κάλεσαν σε 5 συνεντεύξεις και μία από αυτές ήταν η Seymour Powell, όπου και πήρα τη δουλειά. Εκεί ήταν πολύ καλύτερα». Ο ρόλος της ήταν junior designer και έμεινε για δύο χρόνια. Στην αρχή δούλεψε σε διάφορα projects, αλλά μετά από λίγο ασχολήθηκε με το bioform bra, ένα σουτιέν που είχε σχεδιάσει ο Seymour Powell. «Μου το ανέθεσαν διότι ήμουν η μόνη κοπέλα designer που δούλευε στην εταιρεία - και η πρώτη κοπέλα που είχαν ποτέ προσλάβει».

Και εδώ θίγεται ένα πολύ ενδιαφέρον ζήτημα, το ότι ο χώρος του industrial design είναι ανδροκρατούμενος: «Παλιά ήταν εντελώς ανδροκρατούμενο επάγγελμα», αναφέρει η Αφροδίτη Κρασά. «Στο πανεπιστήμιο ήμασταν 8 κοπέλες στους 65 σε σύνολο φοιτητές. Το ποσοστό των γυναικών που έβγαιναν στο design ήταν τότε πολύ μικρό. Τώρα έχει αρχίσει και αλλάζει λίγο η κατάσταση και το ποσοστό έχει γίνει περίπου 50/50». Όταν η Αφροδίτη Κρασά έκανε την αίτησή της στον Seymour Powell, εκείνος της είπε: «Θα σε πάρουμε για τρεις λόγους: πρώτον είσαι έξυπνη και θέλουμε έξυπνα άτομα να δουλεύουν για μας και όχι ηλίθιους. Δεύτερον η δουλειά σου είναι καλή και ταιριάζει με τη νοοτροπία της εταιρείας. Και τρίτον, και σημαντικότερο, είσαι κοπέλα και δεν μπορούμε εύκολα να βρούμε κοπέλες που να ταιριάζουν στο χώρο μας...» Η εταιρεία λειτουργούσε ήδη 14 χρόνια και δεν είχαν προσλάβει ποτέ καμία κοπέλα!

Επισκέφθηκα την Αφροδίτη στο studio της, στο DRCA Business Centre στο Battersea, και ψάχνοντας να βρώ το Unit 37 διαπίστωσα ότι δεν ήταν τόσο εύκολο όσο θα φανταζόταν κανείς. Είχα βρεθεί μέσα σ' ένα λαβύρινθο από διαδρόμους που οδηγούσαν σε δεκάδες μικρά studio που ασχολούνταν με ό,τι μπορεί κανείς να φανταστεί από arts, catering, computers, design, έπιπλα, κομμώσεις, webdesign, πλεκτά είδη, φυτά, ταπετσαρίες, ξυλουργεία, παραγωγή μουσικής μέχρι και mini cab! Ήξερα ότι το studio της Αφροδίτης ήταν μικρό, αλλά ήταν η πρώτη φορά που πήγαινα. Ήταν περίπου 20 τετραγωνικά. Αυτό που δεν ήξερα, ήταν πώς μπορεί κανείς να κάνει τόσο εντυπωσιακή εκμετάλλευση και οργάνωση ενός τόσο μικρού χώρου. Δύο γραφεία, ένα powerbook και ένα G5, ένας πάγκος και μερικά εργαλεία και όλα τα υπόλοιπα αντικείμενα και βιβλία τέλεια τοποθετημένα σαν tetris στον υπόλοιπο χώρο. Τι σημασία έχει ο μικρός χώρος εξάλλου όταν έχει κανείς τόσο μεγάλη φαντασία, δημιουργικότητα, δυναμισμό και αποφασιστικότητα;

## ΠΡΟΣΛΑΜΒΑΝΕΣΑΙ ΓΙΑΤΙ... ΕΙΣΑΙ ΚΟΠΕΛΑ

Η Αφροδίτη Κρασά γεννήθηκε το '74 στο Λονδίνο, όπου ζούσαν οι γονείς της. Δύο χρόνια αργότερα επέστρεψαν στην Ελλάδα, και συγκεκριμένα στη Θεσσαλονίκη. Εκεί μεγάλωσε μέχρι τα 17 της, οπότε αποφάσισε να γυρίσει στο Λονδίνο για σπουδές. «Ήξερα ότι ήθελα να κάνω κάτι δημιουργικό αλλά όχι τέχνες, κάτι εφαρμοσμένο», λέει. «Γι' αυτό, ξεκινώντας από τη Θεσσαλονίκη είχα πει ότι θέλω να γίνω γραφίστας. Ερχόμενη από την Ελλάδα δεν ήξερα καν τι σήμαινε industrial design - ούτε το είχα ξανακούσει».

Η απόφαση ήρθε όταν ξεκίνησε το foundation course: «Εκεί ο καθηγητής μου είπε ότι δεν είχα κλίση τόσο στο 2D, αλλά περισσότερο στο 3D». Και ήταν αλήθεια, η δουλειά της έβγαινε από την αρχή πιο 3-dimensional. Ο ίδιος καθηγητής τη ρώτησε αν είχε σκεφτεί ποτέ να γίνει product designer. Αφού έκανε διάφορα μικρά μαθήματα σε κεραμική, σε σχεδιασμό κοσμημάτων αλλά και σχεδιασμό εσωτερικών χώρων, αποφάσισε ότι όντως αυτό που την ενδιέφερε περισσότερο ήταν το product design. «Όταν βέβαια έκανα αίτηση στο Saint Martins δεν ήμουν και σίγουρη, αλλά με το που ξεκίνησα είπα, αυτό είναι, δεν θέλω να κάνω τίποτα άλλο!»

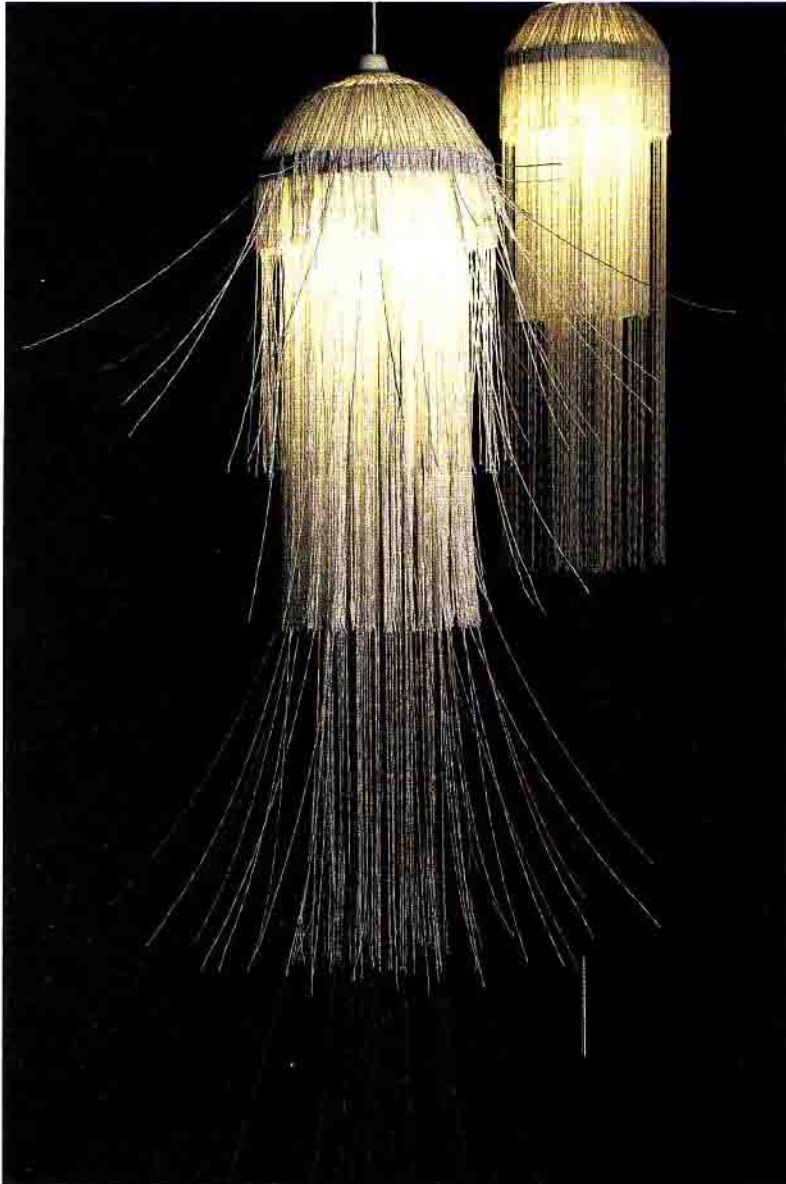
## ΑΠΕΙΡΑ ΤΕΣΤ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΠΡΟΪΟΝ

Πώς είναι άραγε να δουλεύει κανείς σε ένα τόσο αναγνωρισμένο design consultancy;

«Ήταν πολύ καλή εμπειρία, με την έννοια ότι μαθαίνεις πολλά πράγματα, ειδικά όταν έχεις μόλις τελειώσει το πανεπιστήμιο και δεν έχεις ιδέα πώς είναι να βρῖσκεσαι ξαφνικά σε έναν εργασιακό χώρο. Άπο την άλλη πλευρά, η δουλειά σε ένα consultancy μπορεί να καταντήσει πολύ κουραστική, από την άποψη ότι κάθε project που κάνεις πρέπει να βγάζει κέρδος στην εταιρεία και πρέπει να τελειώνει όσο πιο γρήγορα γίνεται. Δηλαδή τα πρώτα στάδια του design process, το research και το concept generation, ελαχιστοποιούνται στο μικρότερο δυνατό χρόνο. Το development του προϊόντος το επιμηκύνουν επίτηδες περισσότερο, επειδή έτσι μπορούν να χρεώνουν τον πελάτη πολύ περισσότερο. Ουσιαστικά όταν έχεις να κάνεις με μια κερδοφόρο επιχείρηση αυτό δεν είναι παράλογο, είναι φυσιολογικό. Απλά για τον designer αυτό μπορεί να καταντήσει λίγο αντιδημιουργικό. Για παράδειγμα, για το bioform bra το αρχικό concept έγινε μέσα σε ένα μήνα και τους υπόλοιπους 20 μήνες έκανα το development. Τον πρώτο


**BAD HAIR DAY**

Φωτιστικό «καλυμμένο» με ίνες γυαλιών. Όταν αναβεί φωτίζονται ηλεκτρικά δημιουργώντας μια μοναδική επίδραση φωτισμού.



χρόνο βγήκαν στην παραγωγή δύο εκατομμύρια κομμάτια, γι' αυτό έπρεπε να είναι σίγουροι ότι δεν υπήρχε κανένα λάθος το οποίο θα μπορούσε να τους κοστίσει εκατομμύρια. Το όλο project ήταν γι' αυτούς μία επένδυση οκτώ εκατομμυρίων λιρών. Αν το προϊόν δημιουργούσε, για παράδειγμα, κάποια αλλεργία στο χρήστη, πάει... θα έπρεπε να το πετάξουν στα σκουπίδια! Επομένως έπρεπε να το ελέγξουμε σε διάφορες συνθήκες και να περάσει πολλά τεστ, πώς αντιδρά όταν πλένεται, πώς στον ήλιο, πώς αντιδρά στο σώμα όταν έχει επάνω κρέμες ή αποσμητικό κ.λπ.»

Η αρχική ιδέα του bioform bra ανήκε στον Richard Seymour και στη συνέχεια ανατέθηκε στην Αφροδίτη Κρασσά. Βασικά ήθελαν να φτιάξουν σουτιέν για γυναίκες με μεγάλο στήθος. «Όσον αφορά την αγορά, το μέγεθος του στήθους όσο πάει και μεγαλώνει λόγω της διατροφής μας», λέει η σχεδιάστρια. «Το average cup size τα τελευταία χρόνια έχει τριπλασιαστεί. Το '50 ήταν B και τώρα έχει πάει DD, δηλαδή 2 μεγέθη επάνω. Ήθελαν λοιπόν να φτιάξουν ένα καινούριο structure, στο οποίο η υποστήριξη να μην έρχεται από το ύφασμα αλλά από κάτι άλλο, που θα το κρατάει καλύτερα. Το υλικό λέγεται elastomer και είναι ένα πολύ μαλακό πλαστικό, σαν rubber, το οποίο μπαίνει μεταξύ δύο κομματιών ύφασμα και δεν ενοχλεί, απλά σου δίνει πολύ καλύτερη εφαρμογή, κράτημα και σχήμα».

**ΑΝΑΖΗΤΩΝΤΑΣ ΜΙΑ  
ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ**

Φεύγοντας από τη Seymour Powell, η Αφροδίτη Κρασσά ξεκίνησε το μεταπτυχιακό της. Τα χρόνια στο Royal College of Art ήταν: «...Δύο χρόνια όπου μπορούσα να κάνω Ό,Τι ήθελα. Ειδικά επειδή είχα δουλέψει, όταν ξαναμπήκα σε έναν ακαδημαϊκό χώρο εκτίμησα πολύ το ότι δεν είχα να ασχοληθώ με το αν το project θα βγει στην παραγωγή και όλα αυτά... Ασχολήθηκα μόνο με το δημιουργικό μέρος, που σε τελική ανάλυση είναι και το πιο ευχάριστο για τον designer...»

»Αν ένα προϊόν είναι εύκολο να το χρησιμοποιήσεις, ή καλύτερα αν είναι ενδιαφέρουσα η χρήση του, τότε από μόνο του καταντάει και όμορφο», λέει η σχεδιάστρια. «Δηλαδή πιστεύω ότι το ένα πηγάζει από το άλλο. Για παράδειγμα, οι καθρέφτες μου δεν πιστεύω ότι είναι οι πιο χρηστικοί καθρέφτες που συναντά κανείς στην αγορά... Ωστόσο δίνουν στο προϊόν μια άλλη διάσταση, μια χρήση που δεν την είχες φανταστεί και μπορεί να γίνουν ένα γλυπτό μέσα στο χώρο, το οποίο κινείται, αντανακλά, αντικατοπτρίζει τον εαυτό σου μέσα στο σώμα κάποιου άλλου ανθρώπου... Αυτό που θεωρώ εγώ ενδιαφέρον είναι να δημιουργήσω μια σχέση με το προϊόν που να ξαφνιάζει και που μπορεί ο χρήστης να μην την είχε φανταστεί ποτέ».

Αυτή η προσέγγιση τι σημαίνει για τη "ζωή των προϊόντων"; «Η αλήθεια είναι ότι τα κάνει λίγο δύσκολα σαν προϊόντα. Οι περισσότεροι άνθρωποι -και εγώ η ίδια- θα προτιμούσαμε να πάρουμε ένα προϊόν που είναι ανώνυμο και που δεν έχει πολύ προσωπικότητα. Με αυτή τη λογική, το αρνητικό σε αυτά τα προϊόντα που σχεδιάζω είναι ότι είναι λίγο δύσκολο να συμβιώσεις σε ένα χώρο μαζί τους επειδή τραβούν συνεχώς +



## ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

### PRETTY BIG

Οι καθρέφτες σχεδιάζονται συνήθως ή για να στηριχθούν σε μια βάση ή, συνηθέστερα, για να κρεμαστούν από έναν τοίχο. Αυτό σφείλεται κυρίως στη χρήση του περαδοσιακού υαλιού για την παραγωγή των καθρεφτών. Οι κρεμαστοί καθρέφτες φτιαχνονται από mirror-finish stainless steel, ένα ανεξερεύνητο υλικό που είναι και ελαφρύ και γερό. Αυτό επιτρέπει στα αντικείμενα να αιωρούνται στο διάστημα, είτε κρεμασμένα από το ταβάνι είτε στηριγμένα πάνω σε άλλα επίπλα. Η εικονική χρήση του σώματος κάποιου άλλου ως επιφάνεια για να απεικονίσει την εικόνα μας προσθέτει μια άλλη διάσταση στο αντικείμενο, εκτός από το λειτουργικό κομμάτι



### BRIGHT LIGHT

Το Bright Lights Big City είναι μια σειρά φωτιστικών που διερευνούν τις δυνατότητες της τεχνολογίας neon σηματοδότησης. Κάθε φως περιλαμβάνει ένα διαφορετικό κείμενο από neon. Με τη μορφή ενός κλασικού lampshade, η παγή φωτός γίνεται η ίδια lampshade. Όταν χρησιμοποιείται σε ζευγάρι αντιπαροβαλλόμενων μηνυμάτων, ο χρήστης έχει την επιλογή να ανάψει το ένα ή το άλλο



την προσοχή και μετά από λίγο αυτό ίσως να γίνεται κάπως κουραστικό. Γι' αυτό και τα άτομα που τα αγοράζουν συνήθως τα θέλουν για δημόσιους χώρους και όχι τόσο για το σπίτι τους».

Οι ελληνικές καταβολές επηρεάζουν τη δουλειά της Αφροδίτης Κρασσά ή κυριαρχεί η βρετανική επίδραση;

«Ο χαρακτήρας μου είναι καθαρά ελληνικός και αυτό νομίζω ότι βγαίνει και από μόνο του στη δουλειά μου. Ο κάθε designer έχει ένα κομμάτι του χαρακτήρα του μέσα στο προϊόν που σχεδιάζει, δεν είναι καθαρά ψυχρή η διαδικασία και βέβαια έχει να κάνει με το ποιο είμαστε σαν άνθρωποι, ακόμα και αν αυτό γίνεται ασυνείδητα.

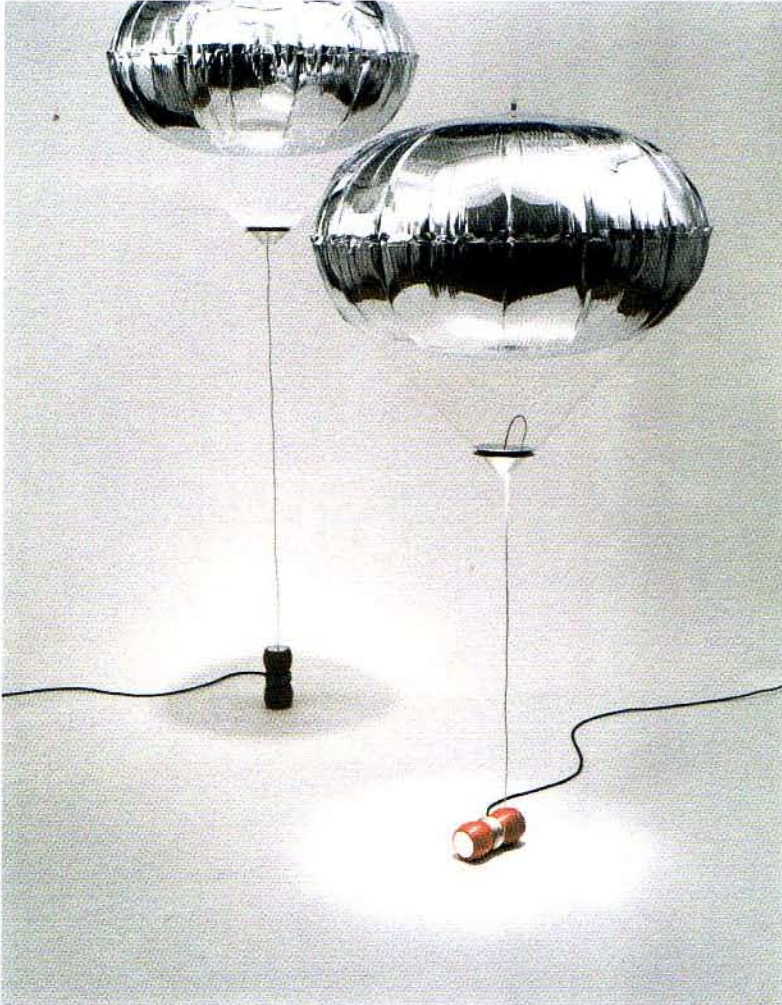
Παρόλ' αυτά δεν νομίζω ότι έχω συγκεκριμένες αναφορές όπως άλλοι designers, για παράδειγμα οι Campana Brothers που αναφέρονται πολύ στην καταγωγή τους από τη Βραζιλία. Ο αδερφός μου πάντα έλεγε «Η δουλειά σου έχει να κάνει με την επικοινωνία των ανθρώπων». Και αυτό ίσως είναι κάπως ελληνικό, με την έννοια ότι είμαστε πιο συναισθηματικοί σαν άνθρωποι και λιγότερο λογικοί. Είναι κάπως ανθρωποκεντρική κουλτούρα η ελληνική και ίσως αυτό είναι που βγαίνει στη δουλειά μου, αλλά ποτέ δεν το σκέφτομαι, βγαίνει υποσυνείδητα».

### ...UNLESS YOU BELIEVE IN IT

Προϊόντα της Αφροδίτης Κρασσά έχουν προωθηθεί στην Ελλάδα κατά καιρούς από το Interni και το Moda bagno, αλλά αυτό δεν έγινε σε απευθείας συνεργασία μαζί τους αλλά μέσω μιας ιταλικής εταιρείας για την οποία είχε σχεδιάσει αντικείμενα. +






**WORLD VIEW**

Ένα ουσιαστικά χωρίς βάρος προσάρτημα φωτισμού. Κατασκευασμένο από έναν τομέα 91 LEDs που αναστέλλεται από ένα σημειωμένο μπλόκι πλίου και που δένεται από ένα στρόφιό στο πάτωμα. Το World View αποδεικνύει ότι και τα απλούστερα και πιο ταπεινά υλικά μπορούν να φθάσουν στα... μεγάλα ύψη

Υπάρχει άραγε η σκέψη να γυρίσει στην Ελλάδα;

«Το σκέφτομαι, αλλά όχι τώρα. Θα ήθελα να γυρίσω στην Ελλάδα αν είχα αρκετά καλό πελατολόγιο στο εξωτερικό, ώστε να μπορώ να χρησιμοποιώ την Ελλάδα ως βάση χωρίς να χάσω τις επαφές μου. Μπορείς να είσαι οπουδήποτε αν έχεις πολύ καλές σχέσεις με τους πελάτες σου. Ο φόβος μου αν γυρνούσα τώρα είναι ότι θα ξεκινούσα πάλι από το μηδέν».

Μία από τις σημαντικές συνεργασίες της Αφροδίτης Κρασά είναι με τα Itsu: «Τα Itsu ξεκίνησαν το Δεκέμβριο του 2004. Γνώρισα αυτόν που τα έχει, τον Jullian Metcalfe, ο οποίος έχει και τα Pret A Manger και ήθελε κάποιον να τον βοηθήσει να δημιουργήσει ένα καινούριο concept για Japanese take away food. Ξεκινήσαμε το Δεκέμβριο να κάνουμε το branding όλης της εταιρείας, το packaging, τα interiors και γενικά αρχίσαμε από το μηδέν. Παλιότερα είχαν μια εταιρεία που τους έκανε τα graphics, μία άλλη που έκανε το packaging και μία τρίτη για τα interiors. Και εκεί βλέπεις ότι αυτό δεν λειτουργεί γιατί ο καθένας κάνει τα δικά του. Είναι καλύτερο να τα κάνει μία εταιρεία όλα, ώστε η προσέγγιση να είναι πιο ολιστική και πιο ολοκληρωμένη.

Το πρόβλημα με το retail είναι ότι αν οι εργολάβοι και οι προμηθευτές δεν κάνουν καλή δουλειά, τότε είναι καταδικασμένο όλο το project. Όλα είναι ομαδική δουλειά. Μόνη μου δεν θα μπορούσα να το είχα κάνει και ούτε εκείνοι μόνοι τους. Αυτή η εμπειρία ήταν πολύ σημαντική για μένα γιατί ποτέ δεν είχα δουλέψει με τόσο μεγάλη ομάδα. Επίσης με βοήθησε πολύ στο να καταλάβω πώς να σκέφτομαι από την πλευρά του πελάτη και όχι του σχεδιαστή. Αν η ιδέα μου δεν τους βοηθάει να πουλήσουν αρκετά φαγητά, τότε δεν είναι καλή και δεν θα την υλοποιήσουν».

Κάποια σκέψη που θάθελε να μοιραστεί με νεότερους ανθρώπους που θέλουν να ασχοληθούν με το βιομηχανικό σχεδιασμό;

«Ο χώρος αυτός είναι πολύ ανταγωνιστικός και αν δεν δουλέψεις σκληρά, ή αν δεν είσαι αρκετά καλός, δεν θα επιβιώσεις. Είναι ένας τομέας που μόνο αν το θες πραγματικά μπορείς να πετύχεις, γιατί ακόμα και για τους καλούς δεν υπάρχει δουλειά. Γι' αυτό η συμβουλή μου δυστυχώς είναι don't go in design unless you really believe in it».

