

Του Μανώλη Ηλιάκη
MA Architecture and Spatial Culture
E-mail: iliakis@lycos.com

36 Σχεδιασμός εκθεσιακού περιπτέρου

Η χρήση αρχιτεκτονικών συμβολισμών καθιστά σαφή τα εταιρικά μηνύματα

Η έννοια του εκθεσιακού περιπτέρου έλκει την καταγωγή της από τη βιομηχανική επανάσταση και προκύπτει από την ανάγκη των εταιρειών να προβάλλουν τα διάφορα προϊόντα τους.

Μία από τις πρώτες μεγάλες εκθέσεις ήταν αυτή της παγκόσμιας έκθεσης Βιομηχανικών προϊόντων στο Παρίσι, το 1887 (Exposition Universelle). Για αυτή την έκθεση κατασκευάστηκε μάλιστα και ο πύργος του Eiffel. Ένας μεγάλος στεγασμένος χώρος με σκελετό από χυτοσίδηρο (Hall of Machines) φιλοξενούσε την έκθεση εκατοντάδων βιομηχανικών προϊόντων και βρισκόταν κοντά στον πύργο του Eiffel. Δυστυχώς, αυτός ο εκθεσιακός χώρος καταστράφηκε στον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και δε σώζεται σήμερα.

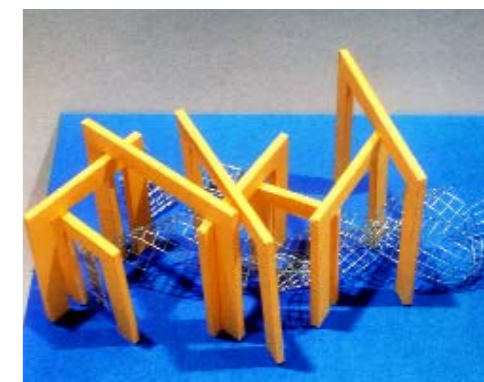
Ένας άλλος, επίσης, σημαντικός εκθεσιακός χώρος ήταν το Crystal Palace του Joseph Paxton που κατασκευάστηκε το 1854 στο Hyde Park του Λονδίνου. Και αυτός χρησίμευε για να εκτεθούν προϊόντα της Βιομηχανικής Εποχής ("Great Exhibition of the works of Industry of all Nations"). Δυστυχώς, και αυτός ο χώρος καταστράφηκε από πυρκαγιά.

Αργότερα άρχισαν να πραγματοποιούνται εκθέσεις, οι οποίες δεν είχαν μόνο καθαρά εμπορικό χαρακτήρα. Αξίζει να θυμηθούμε τη διεθνή έκθεση της Βαρκελώνης το 1929, στην οποία η κάθε χώρα συμμετείχε με ένα δικό της αυτόνομο περίπτερο, σαν μικρό κτίριο - μινιατούρα. Πολύ σημαντικό ήταν το περίπτερο που σχεδίασε Mies Van Der Rohe για τη Γερμανία. Το συγκεκριμένο έμεινε στην ιστορία της αρχιτεκτονικής διότι συμβόλιζε τόσο τις νέες τάσεις στην αρχιτεκτονική - τη σύνδεση

της αρχιτεκτονικής με την τεχνολογία και παράλληλα εξέφραζε καλλιτεχνικές αξίες και σηματοδοτούσε έναν πολιτισμό που ανέτειλε. Για τον Mies Van Der Rohe, η αρχιτεκτονική είναι το γνήσιο πεδίο μάχης του πνεύματος. Η αρχιτεκτονική εξαρτάται από την εποχή της, είναι αποκρυστάλλωση της εσωτερικής δομής, το βαθμιαίο ξεδίπλωμα της μορφής της. Αυτός

είναι ο λόγος που, για τον αρχιτέκτονα, η τεχνική και η αρχιτεκτονική έχουν τέτοια στενή συγγένεια. Η μεγάλη ελπίδα για τους πρωτοπόρους της εποχής εκείνης ήταν ότι η τεχνική με την αρχιτεκτονική θα εξελιχθούν μαζί και η μία θα είναι έκφραση της άλλης.

Όλες αυτές οι ιδέες εκφράζονταν με τον καλύτερο τρόπο στο εκθεσιακό περίπτερο του Mies



και αποτέλεσε σημείο αναφοράς για την μετέπειτα ιστορία της αρχιτεκτονικής. Η χρήση προκατασκευασμένων τμημάτων σε βιομηχανία και ο ιδιαίτερος σχεδιασμός, ο οποίος πρότεινε έναν νέο τρόπο ζωής σε αρμονία με τις τεχνολογικές εξελίξεις, όριζε την αρχιτεκτονική ως ένα γνήσιο σύμβολο της εποχής.

Το βέβαιο είναι ότι ένα περίπτερο, όσο μικρό ή μεγάλο και αν είναι, θα πρέπει μέσω του αρχιτεκτονικού σχεδιασμού του να εκφράζει ιδέες είτε για εμπορικούς λόγους, είτε για να συμβάλει σ' ένα πολιτισμικό πλαίσιο και να ευαισθητοποιήσει τον πολίτη. Είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται αρχιτεκτονικοί συμβολισμοί, προκειμένου να γίνουν σαφή τα μηνύματα που θέλει να δώσει η εκάστοτε εταιρεία ή οργανισμός.

Διαφορετικές σχεδιαστικές αντιλήψεις

Προσπαθώντας να κατηγοριοποιήσουμε τις διαφορετικές αντιλήψεις που κυριαρχούν στο

σχεδιασμό περιπτέρων σήμερα, θα μπορούσαμε να εντοπίσουμε τις εξής ομάδες:

- Περίπτερα που χρησιμοποιούν περισσότερο σκηνογραφικά μέσα για την ανάδειξη των προϊόντων της εταιρίας ή του οργανισμού. Σε αυτή την περίπτωση, ελλοχεύει πάντα ο κίνδυνος να προκύψει ένα αποτέλεσμα το οποίο να χαρακτηρίζεται από κακογουστιά και προχειρότητα. Όταν φυσικά αυτού του είδους η αντιμετώπιση εφαρμοστεί σωστά, το αποτέλεσμα είναι εντυπωσιακό, το μήνυμα εύκολα αναγνώσιμο και συνήθως αρεστό στο ευρύ κοινό. Θυμίζει περισσότερο Disneyland και περιέχει αναπόφευκτα την κουλτούρα που συνδέεται με αυτού του είδους τον σχεδιασμό. Αρκετές φορές ο επισκέπτης δεν έχει πρόσβαση στο εσωτερικό της κατασκευής, βλέπει μόνο μια εικόνα. Δεν υπάρχει, δηλαδή, βιωματική εμπειρία αλλά μόνο οπτική.

- Περίπτερα με αυστηρό αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, στα οποία τα προς έκθεση αντικείμε-



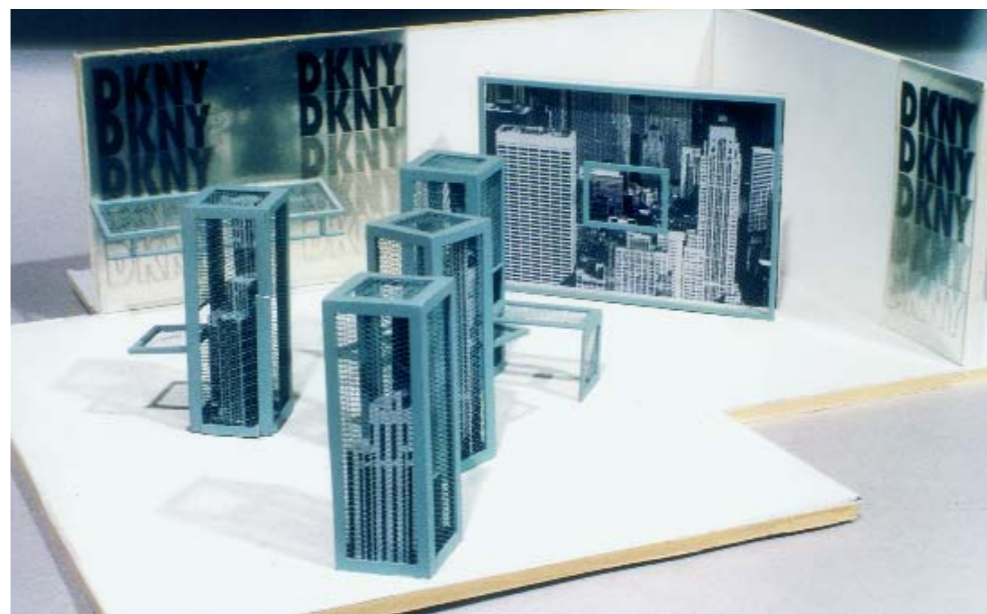
να εντάσσονται αρμονικά στη σύνθεση. Σ' αυτή την περίπτωση, μπορούν να δημιουργηθούν ενδιαφέρουσες πορείες και αναγνώσεις των αναλογιών και της δομής των περιπτέρων. Τέτοιου είδους περίπτερα, είναι τόποι πειραματισμού για έναν σχεδιαστή. Εκεί μπορούν άμεσα να εφαρμοστούν πρωτοποριακές ιδέες, νέες τεχνολογίες και υλικά. Η μικρή κλίμακα και η γρήγορη υλοποίηση τέτοιων χώρων βοηθούν στη γρήγορη εξαγωγή συμπερασμάτων, τόσο σε κατασκευαστικούς, όσο και σε συνθετικούς τομείς. Είναι αρκετές οι φορές, κατά τις οποίες μικρές κλίμακας κατασκευαστικά εγχειρήματα αποτέλεσαν το έναυσμα για μόνιμες και μεγαλύτερες κλίμακας κατασκευές.

εφήμερος χαρακτήρας των περιπτέρων επιτρέπει ακόμα και σχεδιαστικές υπερβολές ή την μερική παράβλεψη λειτουργικών αναγκών. Η απελευθέρωση από αυστηρούς κανόνες, δίνει μερικές φορές ρηξικέλευθα αποτελέσματα και αφορμή για μετέπειτα πειραματισμούς. Μέσα από έναν πρωτοποριακό σχεδιασμό, προσεγγμένο στις λεπτομέρειές του, οι εταιρείες δείχνουν ένα δυναμικό πρόσωπο στην αγορά και τα προϊόντα τους αναδεικνύονται με τον καλύτερο τρόπο. Παράλληλα βέβαια, ο χαρακτήρας που δίδεται κάθε φορά στο εκθεσιακό περίπτερο μπορεί να αποτελέσει μορφολογικό χαρακτηριστικό για τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης ή τους μόνιμους εκθεσιακούς χώρους που διαθέτει.



Η ελληνική πραγματικότητα

Στην Ελλάδα έχουμε δει αξιόλογα περίπτερα, κυρίως στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης Helexpo. Σ' αυτή μάλιστα, έχουν σχεδιάσει περίπτερα σημαντικοί αρχιτέκτονες, όπως ο Νίκος Βαλασαμάκης και ο Άρης Κωνσταντινίδης. Αξίζει, επίσης, να σημειώσουμε ότι οι νέες εισοδοί της έκθεσης που σχεδιάστηκαν πρόσφατα από την Κατερίνα Τσιγαρίδα, τον Αλέξανδρο Σκουβάκλη και τον Νίκο Καλογήρου, απέσπασαν το 2001 το ευρωπαϊκό βραβείο σύγχρονης αρχιτεκτονικής Mies Van Der Rohe. Ωστόσο, η αναγκαιότητα άρτιου αρχιτεκτονικού σχεδιασμού για προβολή μιας επιχείρησης ή μιας οργάνωσης, δεν είναι ακόμα το σύνθημα φαινόμενο για πολλές από τις ελληνικές επιχειρήσεις. Αυτό βέβαια έχει ως αποτέλεσμα, να βλέπουμε σε πολλές εκθέσεις να συμμετέχουν εταιρείες διαθέτοντας αξιόλογα προϊόντα αλλά στο σχεδιασμό των περιπτέρων τους να υπάρχει παντελής έλλειψη της έννοιας της αισθητικής. Το ανθρώπινο, όμως, δυναμικό για το σχεδιασμό αξιόλογων περιπτέρων υπάρχει. Τόσο αρχιτέκτονες όσο και designers προερχόμενοι από την ελληνική εκπαίδευση, έχουν αποδείξει ότι μπορούν να σχεδιάσουν και να κατασκευάσουν εκθεσιακά περίπτερα, εφάμιλλα του συνόλου της παγκόσμιας κοινότητας. Σε κάποιες σχολές Design, μάλιστα, το αντικείμενο του εκθεσιακού περιπτέρου αποτελεί εργασία στο μάθημα της σύνθεσης. Στη σχολή Εφαρμοσμένων Εικαστικών Τεχνών Βακαλό, το θέμα του εκθεσιακού περιπτέρου δουλεύεται από τους φοι-



* Το μάθημα της αρχιτεκτονικής σύνθεσης στο Β' έτος σπουδών της Σχολής Βακαλό, διδάσκουν: ο Χρίστος Καπαρελιώτης, Αρχιτέκτονας Ε.Μ.Π. και ο Μανώλης Ηλιάκης, MA Architecture & Spatial Culture.



τητές της σχολής στο δεύτερο έτος σπουδών τους. Κάθε σπουδαστής ξεχωριστά, καλείται να επιλέξει την εταιρεία ή τον οργανισμό για τον οποίο θα σχεδιάσει το εκθεσιακό περίπτερο. Τα δεδομένα του θέματος είναι τα πραγματικά ενός εκθεσιακού χώρου, χωρίς όμως να υπάρχουν οικονομικοί περιορισμοί, ώστε σε αυτή τη φάση των σπουδών, να μην αποτελούν είδος ανασταλτικού παράγοντα της δημιουργικότητας των σπουδαστών.

Μεθοδολογία

Ακολουθείται η εξής μεθοδολογία: Αρχικά πραγματοποιείται μια έρευνα - ανάλυση, που περιλαμβάνει την καταγραφή των αναγκών

και τον προσδιορισμό του στόχου. Η ανάλυση βοηθάει στην κατανόηση της πολιτικής marketing που ακολουθεί η εταιρεία και πολλές φορές αποτελεί μια καλή αφορμή για το σχεδιασμό.

Η έρευνα που γίνεται στον τομέα των διαφημιστικών καταχωρίσεων και της γραφιστικής, συμβάλλει και αυτή στη συνθετική αντιμετώπιση. Ο μαθητής δεν είναι υποχρεωμένος να ακολουθήσει τη φιλοσοφία σχεδιασμού που χρησιμοποιείται από την εταιρεία ή την οργάνωση. Η καινοτομία και η αντιπρόταση πιο σύγχρονων ιδεών είναι, μάλιστα, το κύριο ζητούμενο. Η σύνθεση περιλαμβάνει επίλυση λειτουργικών και συνθετικών προβλημάτων.

Τέλος όλη η εργασία παρουσιάζεται σε υποφακέλου (από τη φάση της αναζήτησης, μέχρι την τελική πρόταση) και κατασκευάζεται ένα τρισδιάστατο μοντέλο.

Στο παρόν τεύχος, παρουσιάζονται μερικές φωτογραφίες από εργασίες φοιτητών που έχουν πραγματοποιηθεί τα τελευταία πέντε χρόνια στα πλαίσια του μαθήματος της Αρχιτεκτονικής Σύνθεσης στη σχολή Βακαλό*. Μερικά εκθεσιακά περίπτερα, ανάλογα με τη φιλοσοφία της εταιρείας, έχουν περισσότερο εικαστικό χαρακτήρα, ενώ άλλα εντάσσονται σ' ένα πιο εμπορικό πνεύμα.

Όλα, όμως, θα μπορούσε να πει κανείς, ότι ικανοποιούν τις υψηλές απαιτήσεις που υπάρχουν σε τέτοιου είδους εκθέσεις και κάποια μάλιστα, αποτελούν καινοτόμες ιδέες. Όλες οι προτάσεις είναι σαφώς πιο ενδιαφέρουσες από τα συμβατικά περίπτερα που συνήθως συναντά κανείς στην ελληνική πραγματικότητα. Η συνθετική τους αντιμετώπιση έχει σαφήνεια στις προθέσεις της και υποστηρίζεται απόλυτα από τη γεωμετρία που χρησιμοποιείται.

Όλες οι προτάσεις σχετίζονται με το προφίλ και το στίγμα που δίνει μέσω του design της, η κάθε εταιρεία ή οργανισμός. Κάποιες προτάσεις μοιάζουν να είναι εξέλιξη της υπάρχουσας σχεδιαστικής γραμμής και θα μπορούσαν κάλλιστα να ανταγωνιστούν ιδέες επαγγελματιών.

Ο συνδυασμός και η επιλογή των υλικών, καθώς και η μερική επίλυση κατασκευαστικών λεπτομερειών, αποδεικνύει ότι οι προτάσεις μπορεί να είναι υλοποιήσιμες και να έχουν το ίδιο ενδιαφέρον με αυτό που απεικονίζεται στα προοπτικά σχέδια και τις μακέτες.

