



„Inaczej niż zawsze - jak zawsze razem”

2020-05-07

Na ulicach Krakowa zagościła wyjątkowa kampania społeczna, której celem jest wsparcie mieszkańców w radzeniu sobie z kwarantanną codziennością.

Choć jej rygory stopniowo topnieją, nowe realia będą dalekie od norm, które pamiętamy. Krakowskie Biuro Festiwalowe zaprosiło do współtworzenia akcji ośmioro krakowskich grafików i artystów wizualnych oraz czworo ludzi pióra. Ich podnoszące na duchu interpretacje hasła kampanii zdobią niemal 200 nośników udostępnionych przez firmy Clear Channel Polska i AMS.

W czasie kwarantanny potrzebujemy pozytywnego przekazu, który choć na chwilę pozwoli nam oderwać się od uciążliwego „tu i teraz” – z takiego założenia wyszło Krakowskie Biuro Festiwalowe, inicjator kampanii społecznej „Inaczej niż zawsze - jak zawsze razem”.

Hasło akcji zainspirowało artystów, grafików i pisarzy do wyrażenia nadziei i potrzeby kolektywnej solidarności. O dobrą energię płynącą z blisko 200 krakowskich przystanków i gablot reklamowych zadbali uznani twórcy wizualni: Tomek Budzyń, Łukasz Habiera NAWER, Antek Korzeniowski, Katarzyna Kotnowska, Marcin Maciejowski, Łukasz Markiewicz, Filip Piekara PIEKSA, Witold Siemaszkiewicz i Joanna Tyborowska. Ta ostatnia stworzyła plakaty do specjalnie napisanych na okoliczność kampanii tekstów Łukasza Orbitowskiego, Michała Rusinka, Dominiki Słowik i Adama Zagajewskiego. Pozostali graficy na swój sposób zinterpretowali hasło kampanii.

- Z całą wieloznacznością hasła „Inaczej niż zawsze - jak zawsze razem” chcieliśmy wskazać na wyjątkowość sytuacji, w której znaleźliśmy się za sprawą epidemii koronawirusa, ale też zasugerować, że pomimo zewnętrznych okoliczności wspólnota może trwać dzięki naszemu zaangażowaniu – tłumaczy ideę kampanii Izabela Helbin, dyrektor Krakowskiego Biura Festiwalowego.

- Poczucie wspólnoty, dziś zapośredniczone w nowych technologiach czy przejawiające się w drobnych, nieoczywistych gestach, to coś, co aktywnie możemy i chcemy budować. Nasza kampania ma być paliwem dla kolektywnego radzenia sobie z trudną sytuacją. W fizycznej izolacji, w czterech ścianach, ale ramię w ramię – razem – zaznacza.

Nowe zasady korzystania z przestrzeni publicznej, nakaz #zostańwdomu i obowiązek noszenia maski oddalają nas od siebie, ale jednocześnie pokazują, że epidemię możemy pokonać tylko wspólnymi siłami. Przykładem solidarności wykazały się dwie firmy reklamy zewnętrznej, Clear Channel Polska i AMS, które dołączyły do akcji, udostępniając gabloty reklamowe na terenie całego miasta.

- To piękny przykład działania, gdy duzi gracze rynkowi postanawiają działać w myśl zasady współkonkurencji, czyli kooperacji podmiotów na co dzień ze sobą konkurujących, z której każdy z nich wychodzi zwycięsko. Nasza akcja sama w sobie ilustruje hasłowe „razem” – dołączyli do nas zarówno ludzie kultury, jak i podmioty biznesowe, które zrezygnowały z zysku i w słusznej sprawie postanowiły połączyć siły – dodaje Helbin.

To świetny moment na refleksję i debatę o tym, czym jest dla nas wspólnota, a także czym w dobie pandemii jest bliskość. Próbę odpowiedzi na to pytanie podejmuje Dominika Słowik,



**Magiczny
Kraków**

laureatka Paszportów „Polityki” 2019 za książkę „Zimowla”. Znajdziemy ją na jednym z plakatów zaprojektowanych przez Joannę Tyborowską. „Bliskości nie mierzy się w metrach. Bądź blisko. Zachowaj odstęp” – w kilku słowach pisarka dekonstruuje wszechobecny język zasad bezpieczeństwa, by powrócić do pierwotnego znaczenia słów i przypomnieć nam, o co powinniśmy zadbać podczas kwarantanny.

W kampanii znajdziemy także akcenty humorystyczne, takie jak smok wawelski w maseczce autorstwa Tomasza Budzyna czy praca rysownika i malarza Marcina Maciejowskiego, z której z nieskrywanym wyrzutem spogląda na nas kot. „Może być trochę życia popraktakował” – sugeruje przewrotnie artysta, choć i tak wiemy, że największym rozsądkiem wykazuje się okupujące kanapę leniwe zwierzę.

Będzie dobrze! – zdaje się zapewniać nas plakat Łukasza Markiewicza, na którym uśmiechnięte słońce powoli wychodzi zza dobrze znanego nam szarego konturu cząsteczki SARS-CoV-2. Wszystkie prace składają się na wyjątkową kampanię Miasta Kraków i Krakowskiego Biura Festiwalowego. Żartobliwie, z dystansem, czasem na przekór. Inaczej niż zawsze, ale zawsze z pozytywnym przesłaniem, którego tak bardzo potrzebują teraz mieszkańcy Krakowa.

Kampanię można oglądać na ulicach Krakowa do końca maja.

Organizatorzy kampanii „Inaczej niż zawsze – jak zawsze razem”: Miasto Kraków, Krakowskie Biuro Festiwalowe, Clear Channel Polska, AMS

Zaproszeni twórcy: Tomek Budzyń, Łukasz Habiera NAWER, Antek Korzeniowski, Katarzyna Kotnowska, Marcin Maciejowski, Łukasz Markiewicz, Łukasz Orbitowski, Filip Piekara PIEKSA, Michał Rusinek, Witold Siemaszkiewicz, Dominika Słowik, Joanna Tyborowska i Adam Zagajewski.