



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0057-3574/XCIII/10

Kraków,

18. MAR. 2010

**Pani
Grażyna Fijałkowska
Radna Miasta Krakowa**

W odpowiedzi na Pani interpelację w sprawie plakatu promującego festiwal Misteria Paschalia, zgłoszoną na XCIII Sesji Rady Miasta Krakowa w dniu 3 marca 2010 r., uprzejmie informuję:

Plakat promujący Festiwal Misteria Paschalia, wykorzystujący zdjęcia Roberta Wolańskiego – jednego z najlepszych współczesnych polskich artystów fotografików, jest wynikiem rozbudowanej koncepcji promowania tego najbardziej rozpoznawalnego festiwalu muzyki dawnej w niekonwencjonalny sposób. Przyjęta w ubiegłym roku strategia kreacji reklamowych cyklu Opera Rara oraz Festiwalu Misteria Paschalia polega na uznaniu współczesnego spojrzenia na tradycyjne tematy i wielkie dzieła przeszłości. Decyzja ta została podjęta przy uwzględnieniu ryzyka, iż niektóre elementy kampanii promocyjnej mogą wywołać skrajne odczucia u części odbiorców. Kampania ta nie jest jednak kampanią stricte promocyjną, ale składa się z elementów informacyjnych (czarny plakat typu citylight z programem festiwalu) oraz akcji billboardowej mającej charakter wizerunkowy, aktywizujący odbiorcę do określenia własnego podejścia do niepodejmowanych w sztuce współczesnej wątków.

Efektom kreacji artystycznej znanego i cenionego w świecie fotografa Roberta Wolańskiego jest potraktowanie środkami dostępnymi współczesnej sztuce uniwersalnego tematu wpisanego w główny temat festiwalu - pasji Chrystusa. Motyw ten wpisany w anonimowe kompozycje neapolitańskie i umbryjskie prezentowane już podczas inauguracji tegorocznego festiwalu przenika tematykę wszystkich dzieł muzycznych festiwalu z centralnym punktem rozważania *Pasji Janowej* Johanna Sebastiana Bacha w Wielki Piątek. Problem kontrowersyjności ujęcia ważnego toposu ikonografii chrześcijańskiej nie jest czymś zasadniczo nowym. Obecny w sztuce od średniowiecza eksponuje bardzo ludzki charakter cierpienia Jezusa, a wiele przedstawień, m.in.: Mattiasa Grünewalda, Hansa Holbeina, Hansa Memlinga, Caravaggia, Rubensa, El Greca, czy nawet te bardziej współczesne - Salvadora Dalego czy Francisca Bacona, odbierane były przez współczesnych jako kontrowersyjne. Intencją organizatorów nie jest szokowanie, ale zainteresowanie sztuką wysoką większej liczby potencjalnych widzów i słuchaczy oraz sprowokowanie dyskusji, którą organizatorzy uważają przy tej okazji za najbardziej istotną: jeśli historię muzyki i ikonografii europejskiej znaczyły dzieła o tematyce wybitnie pasyjnej, eksponującej ludzki charakter cierpienia Chrystusa, to jak tłumaczyć nieobecność tego tematu w dzisiejszej sztuce religijnej?

Jak w przestrzeni estetycznych reklam i społeczeństwa konsumpcyjnego, nieczułego na tematy najważniejsze wywołać efekt podobny do tego, jaki miały budzić wielkie dzieła malarstwa przeszłości?

Reklama 7. Festiwalu Misteria Paschalia, jest zatem nie tyle promocją programu festiwalu, co związaniem z nim ważnego problemu społecznej recepcji sztuki i jej zasadniczego nieradzenia sobie z przekazywaniem współczesnemu człowiekowi tajemnicy cierpienia, które prowadzi do odkupienia. Nie należy zatem wąsko traktować plakatu 7. edycji Festiwalu Misteria Paschalia i wykorzystanych w nim zdjęć Roberta Wolańskiego jako przekraczania granic dobrego smaku, ale jako dyskusję z najważniejszymi dziełami chrześcijańskiej sztuki opowiedzianą współczesnym językiem, nie pozostawiającą nikogo obojętnym i otwierającą wielośrodkową dyskusję na temat obecności tematu cierpienia w epoce popkultury.

z up. PREZYDENTA MIASTA

Tadeusz Trzmiel
Z-ca Prezydenta Miasta Krakowa

Otrzymują:

1. Adresat
2. Krakowskie Biuro Festiwalowe
3. Kancelaria Prezydenta
4. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
5. Biuletyn Informacji Publicznej
6. A/a