

# WARSZAWA W BUDOWIE 4: MIASTO NA SPRZEDAŻ

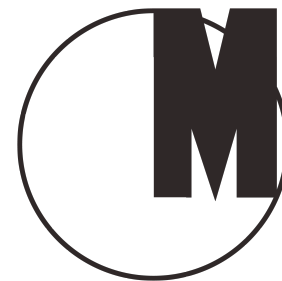
Reklama zewnętrzna w przestrzeni publicznej Warszawy od XIX wieku do dziś.

12 października – 9 grudnia 2012

inauguracja festiwalu: 12 października (piątek), godz. 19.00

miejsce: Emilia, ul. Emilii Plater 51

kurator: Tomasz Fudala



## WARSZAWA W BUDOWIE 4: MIASTO NA SPRZEDAŻ

Reklama zewnętrzna w przestrzeni publicznej Warszawy od XIX wieku do dziś.

autor: Tomasz Fudala

Tematem czwartej edycji festiwalu WARSZAWA W BUDOWIE jest reklama zewnętrzna w mieście. Tak jak w poprzednich latach, festiwal stara się zwrócić uwagę mieszkańców stolicy na kluczowe aspekty życia w mieście: dziedzictwo architektoniczne, wizje rozwoju Warszawy, planowanie przestrzenne, mieszkalnictwo czy użytkowanie przestrzeni publicznej. Reklama zewnętrzna z pewnością stała się ostatnio dominującym elementem w krajobrazie Warszawy. Historię reklamy, wpływ na przestrzeń publiczną i codzienne życie mieszkańców prezentuje wystawa festiwalowa „Miasto na sprzedaż” pokazywana w dawnym Domu Meblowym Emilia.

Jest to nowa siedziba Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, które jest organizatorem festiwalu WWB. Umiejętnie zaprojektowana reklama współtorzy wizerunek nowoczesnego życia i atmosfere wielkiego miasta, jednak nieujęta w ramy odpowiednich regulacji, zamienia się we własną karykaturę i degradowała przestrzeń. Warszawska ulica, przed stu laty i dziś, jest opanowana przez niezmiennie barwny żywioł reklamy. Wystawa „Miasto na sprzedaż”, obok ambitnych pomysłów uporządkowania natłoku szyldów, napisów czy współczesnych bilbordów, przywołuje historię kolorowych witryn, wielkomiejskich pasażów handlowych oraz pulsujących światłem neonów. Prezentuje przykłady udanego aliansu i przybliża dzieje małych pracowni graficznych dwudziestolecia międzywojennego oraz projekty neonów z lat 60. Przypomina, jak wyglądała warszawska ulica w pierwszych latach po upadku PRL-u, kiedy każdą nową reklamę witano z entuzjazmem. Dzisiaj nadmiar wielkoformatowych banerów i bilbordów zakrywających całe budynki, stał się problemem wywołującym społeczne protesty. Już w niedalekiej przyszłości sytuacja być może się zmieni, gdy rewolucja technologiczna spowoduje, że gigantyczne bilbordy okażą się zbędne i zastąpi je reklama w tzw. rozszerzonej rzeczywistości. Nowymi możliwościami technologicznymi z pewnością towarzyszyć też będą nowe problemy i nowe nadużycia - także im poświęcono uwagę na wystawie i w programie wydarzeń towarzyszących.

Architektura wystawy, zaprojektowana przez projektantów ze studia WWAA, umożliwi podróż po historii reklamy widzianej z perspektywy przemian ulicy, handlu i konsumpcji. Oprawę dla tej opowieści tworzą wnętrza dawnego Domu Meblowego Emilia. Po zmierzchu cały budynek zmienia się w architektoniczną reklamę festiwalu WARSZAWA W BUDOWIE 4.