

Biedronka

ROMAN PAWŁOWSKI



Jesienią telewizja wyemitowała nowe reklamy sklepów Biedronka. Jak donosi pismo „Media Marketing”, ich celem miało być „ocieplenie marki i podkreślenie wysokiej jakości produktów”. To odpowiedź na serię pozwów sądowych pracowników sieci, którzy oskarżają portugalską firmę Jeronimo Martins Dystrybucja o zmuszanie do niewolniczej pracy. Opis spotów znalazłem na stronie Warszawskiej Szkoły Reklamy: „Szczęśliwa rodzina siedzi przy śniadaniu. Zabiegany ojciec, w płaszczu, gotowy do wyjścia z domu, sięga palcami po szynkę z półmiska stojącego na stole. Jego dość niekonwencjonalne zachowanie budzi zdziwienie reszty rodziny. Niezrażony informuje małżonkę, że szynka jest znakomita, świeża i soczysta. Dowiaduje się jednak, że pochodzi ona z Biedronki, po czym niezrażony odpowiada: Spora musiała być ta biedronka, kochanie...”.

Dlaczego informuję państwa o tym wszystkim? Dlatego, że reklamy Biedronki reżyserowała Agnieszka Glińska, znana inscenizatorka, wykładowca Akademii Teatralnej. Glińską wybrano ponoć nie z powodu jej osiągnięć teatralnych, lecz dzięki sitcomowi „Miodowe lata”, który współreżyserowała. Nie wiem, jakie efekty odniosła kampania Biedronki i czy dzięki Agnieszce Glińskiej wizerunek sieci został ocieplony. Na pewno w moich oczach oziębził się wizerunek reżyserki. Glińska zasłynęła znakomitymi spektaklami, w których analizowała sytuację kobiet samotnych, odrzuconych, wykorzystanych, walczących o uczucie. „Jordan”, „Trzy siostry”, „Opowieści lasku wiedeńskiego”, „Imię” wpisywały się w szeroki kontekst walki o godność i prawa kobiet w społeczeństwie. I teraz Glińska cały ten kapitał sprzedała koncernowi, który oskarżany jest o wyzysk pracowników, w większości kobiet. „Wysokie Obcasy” opublikowały relację Bożeny Łopackiej, kierowniczkę jednego ze sklepów Biedronki, która we wrześniu wygrała pierwszy proces o odszkodowanie. Mówi o zastraszaniu pracowników, łamaniu prawa pracy i zasad bezpieczeństwa. O ciężarnej kobiecie, która poroniła, bo ciągnęła ważące ponad tonę palety z towarami. O atmosferze w pracy: „Pamiętam, jestem na urlopie. Dzwonią z Biedronki: »Ty, k..., jeszcze śpisz? Zap... do sklepu, bo nie ma komu otworzyć!«. Ten wywiad mógłby się stać kanwą kolejnego spektaklu Glińskiej. Zamiast tego powstał żartobliwy filmik o szynce z biedronki.

Aktorzy w takich wypadkach tłumaczą się, że reklama to forma uprawiania zawodu. Od reżyserki, która inscenizowała Czechowa i Gorkiego, powinniśmy wymagać większej świadomości. Trudno będzie mi uwierzyć w następne przedstawienie, w którym Agnieszka Glińska pochyli się nad losem kobiet.