



Natka Luniak jest studentką Europejskiej Akademii Sztuki. Pół roku temu założyła Kalimbę, pracownię zabawek i sklep na warszawskim Żoliborzu. W przytulnym pokoju, który sąsiaduje z jej pracowni-mieszkańciem, piętrzą się urodziwe pluszaki, zabawki drewniane, gry, układanki, instrumenty i pajacyki. Wszystkie zaprojektowane przez Natkę, a zrobione ręcznie przez nią samą lub zaprzyjaźnionych twórców. Zabawki mają imiona i nietuzinkowe osobowości. Na przykład flądry Mandriana i Marinero jako pierwsze ryby na świecie porzuciły kąpielie morskie i przenieśli się na ląd. Tutaj zamieszkały z dziećmi, bo z nimi dogadywały się najlepiej. Pomysł na zabawkową wytwórnię pojawił się, kiedy była w ciąży. Cierpła jej skóra na myśl o dawaniu swej Heli w prezencie jakichś „zimnych” plastikowych gadżetów. „Dziecko zasypane byle jakimi przedmiotami będzie też wybierać bylejąkość w przyszłości. A dobra i cenna zabawka nauczy je szacunku do rzeczy i wyrobi w nim dobry gust”. Kulminacją zabawkowego wątku w życiu Natki są szalone imprezy, jakie urządza dla dzieci i rodziców w przydomowym ogródku. Na ostatniej - „Nocy Duchów Łąkomczuchów” - pojawiło się ponad dwustu uczestników, a kolejna impreza już na wiosnę.

Paweł Potoroczyn zanim został dyrektorem Polskiego Instytutu Kulturalnego w Nowym Jorku, pracował jako betoniarnik, wydawca nielegalnej literatury, prezes dużego wydawnictwa i konsul. Za przełomowy w swym życiu uważa okres studiów filozoficznych na Uniwersytecie Warszawskim: „Walczyliśmy o uznanie najlepszych profesorów, bo w tamtym miejscu złe oceny czyniły cię głupca, a nie sympatycznego lesera”. Nie interesuje go kreowanie przeciętności. Organizowane przez Instytut wydarzenia przyciągają tłumy widzów i uwagę amerykańskiej elity kulturalnej. Przedstawienia poznańskiego Teatru Biuro Podróży obejrzało ponad 100 tysięcy ludzi, a zdjęcie ze sztuki Mroźka trafiło na okładkę „New York Timesa”. Paweł nienawidzi słowa „promować”. Dla niego Instytut to firma produkcyjno-marketingowa specyficznego produktu - kultury polskiej - w którego jakość głęboko wierzy. „Kultura jest naszym najlepszym towarem eksportowym i najskuteczniejszą reklamą kraju. Nie jest też tajemnicą, że poważne inwestycje częściej trafiają do krajów atrakcyjnych kulturalnie”. Za powód do dumy uważa stworzenie, z grupą czterech współpracowników, niezburokratyzowanej instytucji, która zmieniła jakość obecności polskiej sztuki w Stanach Zjednoczonych.



Kasia Górka chciała studiować w Stanach Zjednoczonych literaturę porównawczą, ale los zdecydował inaczej. Trafiła na staż do Annie Leibovitz, żyjącej legendy fotografii. Po zaledwie kilku miesiącach została menedżerem jej ruchomego studia fotograficznego. Zarządzania całym przedsięwzięciem uczyła się w nieprzerwanym pościgu za wielkimi postaciami polityki i sztuki. Kasia organizowała między innymi sesję, podczas której powstało słynne zdjęcie ciężarnej Demi Moore z okładki „Vanity Fair”. Mówi, że pięć lat pracy z Leibovitz to największy kapitał, jaki przywozila z Ameryki. Przyjduje się on w prowadzeniu własnego studia produkcji filmowej, które założyła trzy lata temu. Jej Film Republic szybko dołączyła do czołowych producentów filmów reklamowych w Polsce. Jednak za sukces większy od komercyjnego Kasia uważa stworzenie dobranej ekipy współpracowników: „Łączymy nas wszystkich znaczne podejście do pracy, umiowanie rodzinnej atmosfery i pasja do kina. Dlatego naszym wspólnym marzeniem jest produkowanie oprócz reklam także filmów fabularnych i dokumentalnych”.

[Oprac. Artur Stadnik]

