

Momakin, czyli spoiwo

Początek? Kilka lat pracy w studiu Se-ma-for Produkcja Filmowa i Muzeum Animacji prowadzonym przez semaforową Fundację Filmową. Ten czas pozwolił im dogłębnie poznać świat animacji: plastyków konstruuujących lalki do filmów stop-motion, animatorów, którzy pracują na planie, reżyserów i scenarzystów. Z czasem doszła widza o realiach współpracy z dystrybutorami oraz doświadczenie w pracy nad festiwalami o międzynarodowej obsadzie. Pojawiła się też refleksja, że pewne segmenty branży animacji funkcjonują jednak oddzielenie, a przedstawiciele poszczególnych specjalizacji, skupieni na swojej pracy, często potrzebują wsparcia, by nawiązać szerszą współpracę, zdobyć zlecenia z innych krajów - a nie zawsze mają chęci, czas, kompetencje, by samodzielnie się tym zająć. Tak powstał Momakin - swoiste „biuro pośrednictwa pracy” dla twórców, grupa doradcza dla producenta na każdym etapie tworzenia filmu, agencja organizująca promocję filmów animowanych.

Trzy lata temu zaczynały we cztery, dziś zatrudniają kolejne osoby i zaczyna im być ciasno w do niedawna wygodnym biurze (25 m kw.). Amerykański „Stop Motion Magazine” pisze dziś o nich: to znana w branży marka, musicie być na ich wydarzeniach - branżowym Animarkcie (odbywa się właśnie w EC1 Łódź Miasto Kultury) oraz ogólnie dostępnym Festiwalu Animacji LAL.KA (do soboty trwa w ŁDK).

Who is who?

Katarzyna Gromadzka - w Se-ma-forze była kierownikiem produkcji. W Momakin najpierw kierowała projektem Polish Quality, dziś koordynuje pracę agencji i zajmuje się artystami plastykami. Wiedza o procesie produkcji lalek i scenografii pozwala jej być swoistym rzecznikiem interesów producenta (który chce ciąć koszty) i plastyków (którzy chcą wykonać pracę jak najlepiej i zaspokoić ambicje twórcze). Ona pozwala im się spotkać i porozumieć. Reprezentuje też firmę na zagranicznych festiwalach, gdzie przedstawia efekty pracy m.in. łódzkich plastyków, zachwala ich usługi.

Paulina Zacharek - w Se-ma-forze pamiętamy ją przede wszystkim jako dyrektorkę Muzeum Animacji. W Momakin odpowiada za dystrybucję kinową i „eventową” (związaną z projektami) oraz promowanie tytułów i budowanie ich marki, np. przy wchodzeniu filmów do kin. Zajmuje się też częściowo programowaniem festiwalu LAL.KA (pierwsza edycja zaczęła się w czwartek i trwa do soboty), ale głównie Animarktem - programem branżowych spotkań, zwłaszcza od strony edukacyjnej i szkoleniowej (np. opracowuje materclassy mistrzów animacji). Jak sama mówi, umożliwia przepływ umiejętności wynikających z praktyki animatorów - tego, czego nie mogą zaoferować młodym adeptom tej sztuki szkoły. Po co? Aby artystyczne pragnienia uzupełniali o możliwości czysto techniczne.

Agnieszka Kowalewska-Skowron - w Se-ma-forze pilotowała Se-ma-for Film Festival. W Momakin odpowiada za dystrybucję telewizyjną i w Internecie. Jest też główną programerką Festiwalu Animacji LAL.LA i Animarktu. To także ona znajduje i sprowadza nowe animacje - spotyka się z producentami, kupuje prawa do filmów.

Iwona Buchcic - w Se-ma-forze odpowiadała za szeroko pojętą promocję. W Momakin nawet szerzej. Bo nie ma działalności Momakin bez promocji - to część zadań, jakie przed sobą stawia. Jeśli o Momakin nie będzie głośno, kto będzie chciał korzystać z jego usług? Z drugiej strony, jeśli Momakin odpowiada za ważne i wartościowe przedsięwzięcia, jego rozpoznawalność zwiększa się.

To naczynia połączone. Dlatego dziś obecny w branżowych miejscach i tytułach, jak „Stop Motion Magazine”. Iwona promuje też znajdujące się w katalogu tytuły, dociera z nimi do kinarzy i do rodziców.

Do kina z Momakinem

- Jeśli producent ma jakiś problem, mierzy się z projektem, który dla niego nie jest prosty, wtedy my się pojawiaemy - mówi Paulina Zacharek. - Łączymy dziś wiele aktywności filmowych. Jesteśmy jak procesor, w którym schodzą się wszystkie kable, dzięki czemu mechanizm może działać. Nasza współpraca z producentami jest wielofunkcyjna. Wspieramy ich w procesie produkcji, właściwie od początku, od poszukiwania pieniędzy, po wydawanie środków i ich rozliczanie. Bywamy producentem wykonawczym. Poszukujemy też pracowników, od animatorów po postprodukcję.

To jest stan na dziś. Towarzyszące zakładaniu Momakina wyobrażenie o tym, czym będą się zajmować, było inne. Sednem miała być dystrybucja filmów i seriali - bo lata w Se-ma-forze nauczyły je, że polscy producenci doskonale potrafią produkować filmy, ale gorzej idzie im sprzedaż. Drugim polem działalności miała być organizacja warsztatów i promocja animacji - przez odkrywanie dzieciom kulis tej sztuki. Ale jeśli Momakin miał być odpowiedzią na luki w polskiej branży animacji, na jej potrzeby, nie mógł być głuchy na dochodzące z niej głosy. Tak zaczął otwierać się na nowe typy działań. W efekcie dziewczynom zmieniły się pierwotne kompetencje i np. Iwona Buchcic zrezygnowała z zajmowania się dystrybucją kinową, bo tak duże okazało się zapotrzebowanie na opiekę promocyjną w studiach filmowych. Czym jeszcze się zajmują?

Łączą polskiego producenta z zagranicznymi koproducentami. Zagraniczny producent, szukający podmiotów i artystów doświadczonych w animacjach lalkowych, dostanie od nich kontakt do konkretnych ludzi. Momakin często działa dziś kompleksowo - jeśli wspiera kogoś na etapie produkcyjnym, to przeradza się w dystrybucję, a przy tej okazji w promocję.

- Wspólnie z producentem ustalamy potrzeby, zadania do zrealizowania, a jeśli jakimś sposobem same nie możemy tego zrealizować, szukamy do tego najlepszych ludzi - tłumaczy Iwona Buchcic. - Do każdego projektu podchodzimy indywidualnie, każdorazowo wymyślamy strategię, doradzamy, czy dany tytuł wprowadzić najpierw do telewizji, do innych mediów. W dystrybucji robimy zaś coś bardzo nowatorskiego. Jesteśmy jednym z pierwszych podmiotów, który wprowadza animowane seriale do kin, na szeroką skalę. Także filmy krótkometrażowe, które łączymy w zestawy. Są one coraz popularniejsze wśród kinarzy i w dużych sieciach kin.

- Dużo czasu poświęcamy na wspieranie polskich producentów, którzy od kilku lat coraz prętniej realizują seriale animowane dla dzieci i to takie, które cieszą się rosnącą popularnością - mówi Iwona Buchcic. - Widać to po wynikach kinowych i częstych zamówieniach tytułów, których domagają się widzowie. My w katalogu mamy m.in. produkcje Animoon, EGo Film czy łódzkiego Anima-Polu.

Pomagały promować i wprowadzić na rynek serial „Przytul mnie” (Animoon), głównie do kin (producent sam wcześniej sprzedał film do Telewizji Puls). Telewizyjną premierę wspierał ogólnopolski program kinowy, by tytuł zyskał rozpoznawalność - akcja „Przytulam, bo lubię” zorganizowana została z kinami i domami kultury z całego kraju. Kolejną kampanią było: „Tato, chodź ze mną do kina” (bohaterami serialu są tata miś i synek miś). Promowała ona wyjątkową więź, jaka łączy ojca z dziećmi. Ogólnopolską akcję zorganizowały dla „Żubra Pompika” (EGo Film). Projekcje wybranych odcinków połączone były ze spotkaniami z przyrodnikami, bo serial wyróżnia się dokładnym odwzorowaniem elementów przyrody, z którą kontakt popularyzuje. Dla Anima-Polu wprowadziły słynny „Pamiętnik Florki” na ekrany multipleksów i kin studyjnych w całym kraju.

- Wchodzimy w obszary, które nie interesują dużego dystrybutora, bo z jego perspektywy są mało opłacalne. Nie działamy na dużych, komercyjnych blockbusterach, tylko na tytułach, które uważamy za wartościowe i to nie tylko pod względem edukacyjnym - dodaje Paulina Zacharek.

W paczce do Meksyku

Bywa, że konsultują scenariusze. Tak pomogli niemieckim producentom serialu „Wojna i ja” o II wojnie światowej (główny producent to LOOKS Film i SWR, polski koproducent - TOTO Studio). Akcja kilku jego odcinków rozgrywa się w Polsce, trzeba było koniecznie sprawdzić pewne elementy historyczne, by nie ośmieszyć produkcji i nie wywołać nieprzyjemnego zgrzytu. Sprawdzając realia, Momakin podparł się autorytetem Muzeum Żydów Polskich POLIN.

Kolejną składową Momakina stała się „agencja” dla artystów z kraju, która wyewoluowała z projektu Polish Quality, pomyslanego jako promocja w świecie polskich wytwórców animacji. Początkowo zainteresowany przedsięwzięciem był Polski Instytut Sztuki Filmowej, który użyczył mu wsparcia. Zaczęły nawiązywać się pierwsze kontakty. Okazało się, że nie brakuje w Łodzi artystów, którzy w materii filmu animowanego potrafią naprawdę wiele.

- W Europie jest bodaj pięciu specjalistów, którzy potrafią budować mechaniczne głowy dla lalek. To wymaga precyzji, bo trzeba zbudować konstrukcję, która dzięki poruszaniu niewielkimi śrubkami pozwala sterować mimiką twarzy. I mamy takich ludzi w Łodzi - cieszy się Paulina Zacharek. - Dzięki temu zaczęła się nasza współpraca z Meksykiem, gdzie od dwóch lat tworzymy lalki do pełnometrażowego film „Inzomnia”. Opowiada on o świecie industrialnym, mechanicznym, w którym ludziom nie wolno spać, aby mogli cały czas pracować. Pewna dziewczynka próbuje uratować przed takim życiem rodziców, wkracza więc w wysniony, mityczny świat.

Tutaj łódzkie lalki pokazały swoją siłę. Wiele postaci w filmie inspirowanych jest mitologią, np. wizerunkami Chimery czy Minotaura. Lalki tworzone są w Łodzi i wysyłane do Meksyku, czemu zawsze w Momakinie towarzyszy stres i oczekiwanie na wiadomość z zagranicy, że nic nie zaginęło po drodze, a wszystko doszło w jednym kawałku. Z „Inzomnią” wiąże się też znamienita anegdota. Laureat Oscara za „Labirynt Fauna” reżyser Guillermo del Toro, widząc łódzkie lalki, zwłaszcza Chimere, tak się nimi zachwyił, że jako konsultant filmu zaczął naciskać, by więcej miejsca poświęcić w nim światu mitycznemu. W efekcie spowodował przestój produkcyjny i przekomponowanie scenariusza, które właśnie się odbywa.

- Fakt, że w Łodzi bardzo długo funkcjonował Se-ma-for i nasi plastycy mieli gdzie uczyć się fachu, ma wielkie znaczenie. Nawet jeśli studio zrobiło się „widmowe”, to ci ludzie nadal tu są. A za granicą jest zapotrzebowanie na ich specjalistyczną wiedzę i pracę - mówi Paulina Zacharek. - Teraz robimy następny krok, by zacząć kształcić nowe pokolenie.

Jedno biurko

Trzeci rok z rzędu Momakin organizuje Animarkt, branżową platformę wymiany doświadczeń dla specjalistów i młodych twórców. Edycja w 2016 miała tylko jeden dzień i była swoistym przecieraniem szlaków. Rok temu formuła została nieco poszerzona, a twórcy startujący w konkursie na krótkometrażowy film lalkowy byli pod takim wrażeniem, że zaczęli opowiadać szerzej o Momakinie (to pomogło dotrzeć firmie do wielu osób). Obie edycje odbywały się wspólnie z organizowanym przez Teatr Lalek Arlekin Festiwalem Sztuki Animacji „AnimArt”. W tym roku, jeszcze kilka miesięcy przed rozpoczęciem imprezy, zainteresowanie Animarktem przerosło oczekiwania. Jednocześnie „AnimArt” został przez nową dyrekcję teatru zawieszony, dziewczyny pomyślały więc, by nie tracić impetu i zorganizować własny festiwal. „Stop Motion Magazine”

napisał, że Animarkt to marka sama w sobie i zarówno jego, jak i następującego po nim Festiwalu LAL.KA nie może przegapić nikt z branży, kto akurat znajduje się w pobliżu. Animarkt znalazł zaś wsparcie EC1 Łódź Miasta Kultury.

- Moje niedawne przemyślenie to: Momakin jest de facto Animarktem. Tu skupia się wszystko, na czym nam zależy przez cały rok. Tu spotykamy branżę i działamy dla biznesu. Po to sprowadzamy tych wszystkich ludzi, by wyjechali z konkretnymi pomysłami, by polska branża animacji mogła zaczerpnąć z tego, co dzieje się zagranicą - mówi Paulina Zacharek. - Jeszcze pracując w Se-ma-forze, zdałyśmy sobie sprawę, że u nas tworzy się filmy animowane, ale jednak dość „chałupniczo”, bo finansowanie opiera się niestety tylko na PISF-ie. Nie ma telewizji chętnych do zakupu filmów, a zwłaszcza do zamawiania i finansowania nowych produkcji. Inaczej niż choćby w o wiele mniejszych Czechach, które teraz produkują już trzy pełnometrażowe filmy lalkowe. Polska, która ma wielkie doświadczenie w tej sztuce - nic. Mamy Oscarowy średni metraż, ale z brytyjskim finansowaniem. Takie wsparcie ma też nominowany do Oscara „Twój Vincent”. Dlatego zapraszamy na Animarkt nie tylko ludzi ważnych dla branży, ale również telewizje. W tym roku tematem jest m.in. produkcja reklam stop-motion, by wzbudzić w polskich producentach snobizm na taką technikę.

Produkcja to jedno, drugie - wysoka świadomość marketingowa reżysera lub producenta. Także świadomość promocji od pierwszych chwil pracy nad filmem. Jak podkreśla Paulina Zacharek, sukces „Twojego Vincenta” polega właśnie na tym, że świat o nim wiedział na kilka lat zanim film był ukończony.

- Siłą Momakina jest możliwość działania dla jednego projektu na wielu poziomach. Jesteśmy w stanie wraz z producentem zaangażować się w produkcję serialu czy pełnego metrażu od momentu powstawania scenariusza po chwilę, gdy dzieci zaczną kupować gadżety związane z bohaterami produkcji - podsumowuje Paulina Zacharek. - Jesteśmy młodą firmą, ale już pracujemy nad gadżetami dla jego serialu, kwestią czasu jest nasza gotowość i możliwości, by w pełni odpowiadać za cały „łańcuszek” działań.

- Myślę, że dobrą wizualizacją naszej działalności jest nasze biurko. Nie mamy czterech oddzielnych, ale jedną wspólną, dużą płaszczyznę przy której we cztery siedzimy. Każda z nas ma swoje „poletko”, ale jest to jedna przestrzeń - dodaje Iwona Buchcic.

Łukasz Kaczyński