
DVEIN

EL 3D QUE RESPIRA

Beatriz Herráiz Zornoza
Universitat Politècnica de València

DVEIN es un estudio afincado en Barcelona, que ha realizado numerosos proyectos de créditos para festivales, “branding” televisivo, publicidad y vídeos musicales. El colectivo, en esta entrevista, hace un recorrido por su trayectoria profesional y nos cuenta cómo están trabajando actualmente.

DVEIN is a studio settled in Barcelona, which has created several opening credits for festivals, television branding, advertising and videoclips. In this interview, the group starts a journey through his professional career and tells the way they are currently working.

Palabras clave: DVEIN, Motion Design, 3D, créditos cinematográficos

DOI: <http://dx.doi.org/10.4995/caa.2016.4790>



La historia de este colectivo formado por Teo Guillem, Fernando Domínguez y Carlos Pardo, empieza a fraguarse oficialmente en 2007, que es cuando DVEIN empieza a funcionar como estudio; pero un año antes, el mítico diseño de sus créditos para el OFFF 2006 hizo levantarse de sus asientos a unos cientos de asistentes: simpatizantes y expertos de la imagen digital, con una ovación sin precedentes. En 2005, Renascent secuencializaba los nombres de los invitados al mismo festival, acompañados de imágenes abstractas y con una buena carga de efectismo visual, propuesta resultó un éxito. DVEIN aceptó el desafío y creó una pieza que supuso un antes y un después en el diseño de títulos de crédito para festivales, de tal forma que actualmente cualquier evento de cierta relevancia en torno a la imagen digital incluye en su programación unos "opening credits". Tras los créditos del OFFF'06 siguieron el TOCA ME (Munich, 2008), F5 (Nueva York, 2009) o Xcèntric (Barcelona, 2009).

Pero DVEIN no solo cuenta con créditos para festivales en su filmografía. Tras su corto periplo en Prologue Films, invitados por un Kyle Cooper impactado por las imágenes que había visto en el festival, el estudio em-

pezó a trabajar en otro de sus trabajos estrella, el *Liquid Space* de Diesel (Florencia, 2007), un show para moda cuyos gráficos holografiados a lo largo de la pasarela conmovieron al público asistente. El estudio pisaba fuerte y todo lo que hacía se convertía en éxito inmediato. Tras estos fructíferos inicios vinieron trabajos de "branding" televisivo, créditos cinematográficos, videoclips o publicidad. Marcas como National Geographic, MTV, Canal+, Odissea, Syfy o Converse han sido algunos de sus clientes. A pesar de que Fernando Domínguez abandonara DVEIN recientemente, el colectivo mantiene prácticamente intacto su espíritu inicial, que consistía en no dejar de crear aquello en lo que creían: algunos de sus proyectos como *Ghosts* para Alagoas (2015), suponen para ellos grandes retos personales, artísticos y técnicos, de modo que expresiones como "tirarse a la piscina" o "liarse la manta a la cabeza" se encuentran entre su léxico habitual.

DVEIN es un colectivo difícil de clasificar, mutable, rebelde y osado, como sus creaciones, que tras haberse consolidado como estudio de Motion Design, se afianza en el terreno de la dirección, donde sus componentes se sienten más identificados.





Nos satisface seguir los preliminares o las bases que teníamos en DVEIN que era experimentar y pasárnoslo bien.

Beatriz Herráiz: ¿Creéis que tenéis un estilo definido? Si es así ¿ cómo lo definiríais?

Teo Guillem: Más que un estilo se podría decir que nuestros trabajos tienen puntos en común. Al principio quizá podríamos tener un estilo más orgánico o más marcado por el tema de los fluidos, más oscuro, pero ha ido evolucionando y ahora simplemente se pueden encontrar puntos en común en las piezas. Yo pienso que quizá el audiovisual no te permite tener un estilo muy definido, tienes que tener una capacidad para evolucionar.

Carlos Pardo: yo creo que la gente nos identifica más con un estilo que nosotros a nosotros mismos, nunca lo hemos pensado.

BH: ¿Teméis que se os encasille en un estilo concreto?

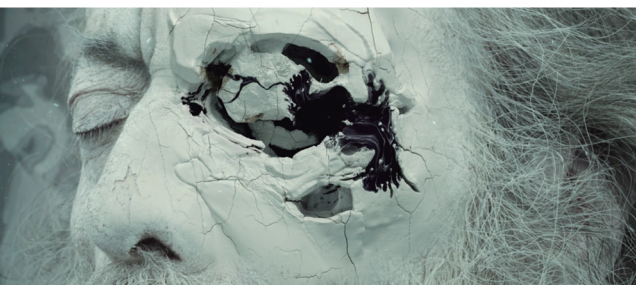
TG: A veces hacemos giros en la manera que tenemos de trabajar que sentimos que perdemos seguidores. Los últimos trabajos tienen menos carga de 3D, y mucha gente dice “esto no me gusta”, o “esto no es DVEIN”. Nosotros queremos ser un poco honestos y hacer lo que nos interesa a nosotros, aunque a veces sí que nos sentimos un poco frustrados cuando la gente reacciona de manera diferente ante nuestros trabajos. Nos satisface seguir los preliminares o las bases que teníamos en DVEIN que era experimentar y pasárnoslo bien.

CP: Creo que hay mucha gente que se queda siempre haciendo lo mismo por ese miedo a perder esa cuota de importancia a nivel comercial o de seguidores. Yo echo de menos un poco la rebeldía de cuando éramos más jóvenes.

BH: ¿De dónde viene esa obsesión por los fluidos, los microorganismos, las criaturas extrañas?

TG: No nos hemos parado a pensar nunca, debe de ser algo subconsciente. En mi caso siempre me ha interesado mucho la anatomía, la deformación. Hay una parte muy interesante en jugar con elementos que generan sensaciones encontradas: esto ha sido una constante en nuestro “character design”, algo que te puede parecer “cute” o atractivo, o *abrazable*, mezclado con algo desagradable; y el hecho de jugar con la anatomía para decidir cuál es su destino como los personajes de *Alagoas* o *Mórbidus*. A la gente sí que le llega: mi madre por ejemplo, cuando ve a *Mórbidus*, siempre piensa, “¡ay, qué bonito, ay qué asqueroso!”.





BH: ¿Podrías explicar un poco mejor vuestra apuesta por el “storytelling”?

TG: Al principio en DVEIN éramos más directores de arte que directores. Le dábamos mucha importancia a la parte estética, la parte de impacto y de sorpresa, golpear al espectador con tus imágenes, esto ha funcionado muy bien y tiene mucho tirón mediático. Es algo con lo que nos sentimos cómodos y que, de alguna manera, hemos hecho bien. Pero hay cosas que siempre han estado ahí y que nunca hemos explotado, quizá por miedo a no saber hacerlo bien o porque nos sentíamos cómodos haciendo lo otro, y ahora estamos intentando desarrollarlo. Contar una historia, trabajar más el concepto: que el aspecto visual lógicamente acompañe, pero que no sea lo único. Es decir, proyectos anteriores han surgido más a partir de un proceso creativo en el que hemos ido experimentando y hemos dicho, “aquí hay una idea”, mientras que ahora pasamos a pensar la idea, desarrollarla y encontrar la herramienta.

BH: ¿A partir de qué proyecto empezasteis a aplicar estos procesos?

CP: *Magma* (2013) fue un punto de inflexión, aunque es muy plástico, pensamos mucho el proceso para llegar a lo que hicimos. Había planteado un “storytelling” muy sencillo. La construcción de la película fue menos instintiva que en anteriores, sabíamos cómo iba a empezar, cómo iba a terminar, y cuál era la evolución que tenía la película.

El concepto mismo de *Magma The Vein*, que era crear tu propio grupo y era un poco una mentirijilla, era un proyecto que nos comisionó de alguna manera Adobe y era como un “showcase” de DVEIN: querían hacernos una entrevista y de alguna manera retratar el estudio. Fernando también hacía música y quisimos hacer nuestro propio grupo haciendo un videoclip de ese grupo que no existía, crear esa viralidad de algo que no existe. Y al final cuajó y entró en el mundo de la música cuando no lo era.

BH: ¿Alagoas fue otro de los videoclips que habéis realizado? ¿Aquí sí existía el grupo?

CP: Sí, esto fue mediante un amigo que tenía un grupo, nos pidió hacer un videoclip y nos liamos la manta. Se nos fue un poco de escala de producción, porque llevé dos años hacerlo. En *Alagoas* vimos la excusa para poder hacer algo nuevo, este es el proyecto personal después de *Magma*. Más o menos es la idea que manejamos; igual no es un proyecto al año, pero sí hay que tener una constancia en cuanto a cierto tipo de trabajo.

BH: ¿Hacéis proyectos juntos y por separado? ¿Cómo os organizáis?

CP: Hay dos niveles: lo que hacemos como DVEIN juntos, lo que hacemos separados pero para DVEIN, pero que para mí es lo mismo; si firmamos como DVEIN es porque consideramos que es DVEIN, pero cuando no dirigimos juntos no quiere decir que el otro no se involucre en absoluto, el otro está como consultor.

TG: No nos ponemos límites hasta que hay que ponerlos. A raíz de que Fernando dejara DVEIN, nos dimos cuenta de que tener una

estructura flexible y sin ataduras nos evitaría frustraciones y nos daría libertad. Carlos tiene además un colectivo de cine por su parte, yo hago mis *frikadas* solo o con más gente. Y todas esas cosas tienen ventajas, porque un tipo de estructura cerrada nos privaría de enriquecernos de fuera. No hay papeles definidos, no hay jerarquías: tú haces esto, yo hago lo otro, siempre ha surgido de forma natural.

BH: Vuestras imágenes son muy difíciles de transmitir con palabras. En los procesos previos, ¿cómo os comunicáis entre vosotros? Me imagino que con los clientes no es suficiente un simple storyboard o animática: ¿qué documentos trabajáis para comunicar vuestras ideas?

CP: Entre nosotros al principio era imposible comunicarnos con palabras y decíamos, “¡va a ser muy guay! No te preocupes”. Pero con el tiempo aprendes a describir lo que quieres hacer, necesitas que te entiendan, ya no solo por los clientes sino por el equipo.

TG: Para los primeros “pitches” que hacíamos, como eran presentaciones que buscaban el lado más visual, nos poníamos a hacer “style





frames” como locos, con una idea muy sencilla. Por el contrario, para el trabajo que estamos haciendo ahora la presentación de nuestra propuesta tenía 60 páginas, había storyboards, “storytelling”, personajes, localizaciones, etc. Lo más visual, normalmente, lo mostramos con referencias tipo fotografías, collages rápidos o “style frames”, pero además hay que pensar en el personaje, qué sucede, cómo van a actuar, qué reacciones tiene, el vestuario, referentes de cine, fotografía, iluminación..., es una barbaridad. Normalmente son proyectos mix media, que tienen la parte visual y la parte narrativa.

CP: Es un proceso en el que intentamos explicar tanto al equipo como al cliente lo que estás haciendo, y cada vez vas entendiendo mejor qué quieres hacer. Incluso si no tenemos que hacer una presentación a un cliente intentamos poner en un papel lo que queremos hacer. Para mí es uno de los procesos más gratificantes, porque luego ya te metes en producción y aquello ya es la locura.

BH: ¿De quién se compone vuestro estudio a nivel humano? ¿Cuáles son esos roles de los que no podéis prescindir?

CP: Ahora estamos en un proceso de metamorfosis interna. Hasta que se fue Fernando teníamos una estructura híbrida entre estudio, directores, productora, no sabíamos muy bien lo que éramos. Desde hace dos meses la estructura la hemos cerrado porque es adonde nos están llevando los proyectos, y hacia donde nosotros estamos yendo es a convertirnos en realizadores. Tenemos un montón de productoras con las que colaboramos y ellos ya nos dan esta estructura: antes teníamos a una persona de producción y otra que nos ayudaba con la dirección de arte y con el 3D, y siguen siendo colaboradores, pero ya no están de una forma fija. Es decir, lo que cambia es que ya no somos un estudio, sino que trabajamos por proyecto y determinando con la productora, dependiendo del proyecto.

TG: En un estudio acabas convirtiéndote en un empresario, pero nosotros no somos empresarios y queremos dedicarnos a lo que nos gusta. Tenemos muchas inquietudes a nivel creativo y tener que gestionar un estudio para nosotros es absurdo. Nos hemos dado cuenta de que las productoras que nos representan tienen esta estructura y hay que aprovecharla.

CP: Hace tiempo no nos lo podíamos permitir pero ahora yo creo que sí, y queremos olvidarnos ya de la parte del negocio: no nos interesa, no somos buenos, no estamos en esto por eso. Cuando montas un estudio hay una parte muy importante que es la del negocio, que se te termina comiendo muchas veces; es por eso que hemos decidido quedarnos muy sencillitos a nivel organizativo, y ya está.

BH: ¿Vais evolucionando hacia realizados, sin estar más especializados en animación o Motion Graphics?

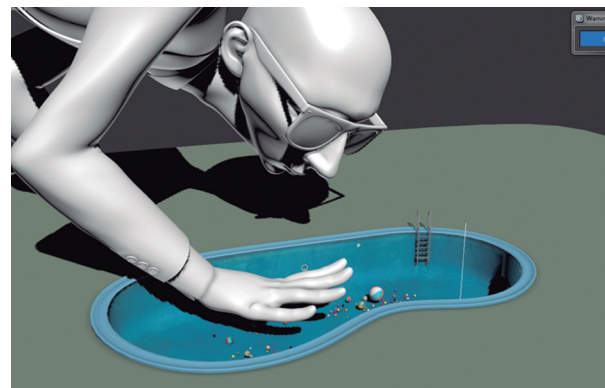
CP: Todo eso seguiremos tocándolo. Al ser director o realizador sientes el control sobre todos esos elementos, y nosotros sabemos de todo esto.

TG: Yo no descarto ponerme una pieza de animación y animarla yo. Como estudio estamos evolucionando hacia la dirección y nos gusta que nos vean como directores, pero queremos seguir abiertos a que te puedan llamar para realizar una instalación, o una escultura, o una exposición, o lo que sea. Hoy en día esos bordes están muy pocos definidos; lo que es un artista, un animador o un director es muy difuso.

BH: ¿Hay algo que os gustaría hacer en el futuro, como Saul Bass en su momento, o algunos de los realizadores de videoclips como Jonze, Gondry, Glazer o Corbijn? ¿Os veis dando el salto al cine o quizá a otros formatos?

CP: Sí, totalmente, yo creo que los dos tenemos esa obsesión. Y el cine es mucho más grande por la dimensión de la producción; pero al final no es que lo sepamos todo, porque tenemos mucho que aprender, pero en todos estos años lo que sí hemos aprendido es a hacer películas, aunque sean pequeñas. Sí, tenemos ideas que están ahí y están madurando, y que quizá en algún momento saldrán. Pero es mucho más difícil, necesitas más dinero, más equipo. Tienes que saber el momento, conocemos a gente que hace lo mismo que nosotros, que se han metido en el cine y se ha metido *la gran ostia*, porque es mucho más complicado, por la dimensión; entonces, con calma.

TG: A veces hablamos que si pudiéramos echar hacia atrás el tiempo, igual hubiéramos estudiado cine. En el fondo, todo lo que sabemos de cine, aparte de haber visto películas, yo lo aprendí en Narración Figurativa (Facultad de BBAA) y rodando lo que estamos haciendo: veo que estamos en una escuela práctica. No me muevo porque tenga la *supermeta* de ser director de cine, simplemente tienes ideas, desde un stop-motion de dos minutos o un gif, o ideas más grandes, y para eso hay que trabajar. En mi caso aún me siento un poco pez para poder hacer una película, pero es verdad que vas aprendiendo y poco a poco te vas sintiendo un poco más seguro. No lo descarto.





BH: ¿Tenéis algún consejo que dar a los principiantes que se quieran adentrar en el mundo del Motion Design?

TG: Vivimos en la era tecnológica, por lo que todo el mundo tiene acceso aunque sea a la cámara de un móvil; todo el mundo tiene ideas, pero tienes que realizarlas: es ponerte y hacerlas. Nosotros en *Tócame* nos demostramos que no hace falta tener una gran infraestructura para hacer un vídeo, porque al final el resultado es lo que importa; da igual que no tengas una cámara de calidad, hemos hecho vídeos hasta con el móvil. Cuando la gente viene al estudio a buscar trabajo, lo que hacemos es mirar más el portafolio que toda la experiencia que tienen: eso no nos interesa, lo que queremos ver es que esa persona es capaz de hacer algo.

También puedes hacer una pieza “fake”, una cortinilla que ponga MTV y no tener miedo de hacerlo, sobre todo al principio, cualquier estrategia loca puede funcionar. A veces nosotros mismos nos ponemos barreras.

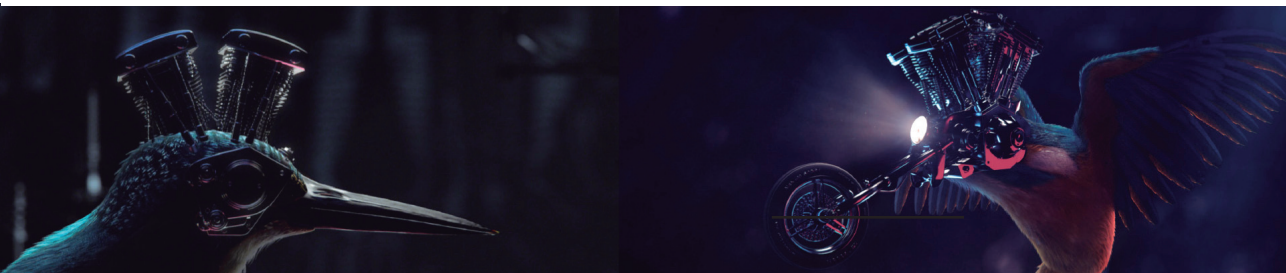
BH: En 1954 Saul Bass realiza sus primeros créditos cinematográficos para Carmen Jones de Otto Preminger. ¿Qué creéis que ha cambiado en el modo de hacer créditos en todo este tiempo?

TG y CP: Pues ha cambiado mucho, pero al mismo tiempo no ha cambiado nada. Ayer, sin ir más lejos, vi que los créditos de la segunda temporada de *Mozart in the Jungle* (Alex Timbers, Roman Coppola, Jason Schwartzman, 2014-) son al estilo Saul Bass, y además, en cada capítulo hacen una animación nueva. Quizá eso sea lo que ha cambiado: antes, hacer lo que hacía Saul Bass llevaba mucho trabajo porque todo era analógico, se trabajaba con el celuloide y se buscaban trucos para animar. Ahora, sin embargo, todo es digital: la velocidad con la que se puede animar un cuadrado girando es increíblemente más grande que hace 50 años. Pero todas estas innovaciones tecnológicas nos llevan a principios del 2000, cuando *todo era 3D*, todo digital, cuando estábamos todos fascinados con las nuevas herramientas; ahora que están más asentadas en nuestro día a día, volvemos a querer lo analógico.

La que suscribe esta entrevista se estrenaba como profesora el mismo año en el que Teo Guillén y Fernando Domínguez cursaban cuarto en la Facultad de Bellas Artes de Valencia. Aunque era una asignatura de narrativa fílmica hubo espacio para desarrollar un proyecto de Motion Design, posiblemente de los primeros en su filmografía: ambos poseían, ya entonces, una energía imparable.

©Del texto: Beatriz Herráiz Zornoza.

©De las imágenes: DVEIN.





Biografía

Beatriz Herráiz Zornoza (Valencia, 1975). Doctora en Bellas Artes, actualmente es profesora en el Grado en Comunicación Audiovisual y la Facultad de Bellas Artes de Valencia, e integrante del Grupo de investigación en Animación: Arte e Industria. Ha trabajado como diseñadora gráfica para Canal9 y UPVRTV, para identidad de cadena, programas e informativos. Como investigadora ha realizado publicaciones para el Congreso de Tipografía, CONFIA y SAS. Además ha sido la coordinadora de *Historias para compartir*, proyecto de cooperación internacional en el Conservatorio audiovisual escenográfico de diferentes obras de teatro como *Bonnie y Clyde* (Teatro Galo Real), *Consonants y Dot* (Premio Feten y MAX Maduiza Teatre), y *Harket Protocolo* (PanicMap). Ha comisariado la exposición *El Mundo Perdido de Jiří Barta* (2014, Sala Josep Renau, Valencia).

E-mail

beaherzo@doctor.upv.es

