

boolab, 2005
 www.boolab.tv
 Barcelona (con
 representación en EEUU y
 Canadá a través de Psyop/
 Blacklist).

BOOLAB

¿Puede existir algo como 'Estudio Aka' en Barcelona?, nosotros creemos que sí

Definición: Productora
Integrantes: 16
Equipos de trabajo: Macs y PCs.
Mejor inversión: Trabajamos y mestizamos cualquier técnica audiovisual y de animación, así que...
Calidad Reel y Clips en la Web: Media.

Cientes destacados:
Anunciantes: Audi, Ausonia, Canal +, Catalunya Radio, Citroën, Coca-Cola, Cruzcampo, Dewar's, DORNA / MotoGP, El País, Freixenet, Fujitsu, Gas Natural, Gobierno de Aragón, Grupo Bacardi, Heineken, JVC, L'illa, Martini, Ministerio de Economía, Ministerio de Hacienda, Movistar, Nike, Perfumes Puig, Peugeot, Pielsa, Playstation, Reckitt Benkiser, Telefonica, Unilever, Vueling, Wanadoo, WWF Adena.

Agencias: Altraforma, Contrapunto BBDO, DDB, Delvico, Euro RSCG, FCB Tapsa, Grupo Publicis, J. Walter Thompson, Lowe NY, McCann Erickson, Psyop NY, Saatchi&Saatchi, SCPF, TBWA, Tiempo BBDO, Villarrosás, Vitruvio Leo Burnett, Wieden + Kennedy.

Trabajos Internacionales: Adidas, Cartoon Network USA, ESPN USA, Ikea Portugal, Navigon USA, NBA, Nike, Universal Music Italy.

¿Qué es boolab?

boolab es una productora de Motion Graphics y de animación 2D y 3D básicamente dirigida al mercado publicitario. Venimos de quince años de experiencia en imagen real, lo que nos da una visión en perspectiva del mercado de la producción y de la publicidad. Lo que pretendemos es crear un "espacio de pensamiento", un lugar donde todo sea posible. Partiendo de nuestra etapa y experiencia anteriores, tenemos herramientas, conocimientos y sistemas que integran todas las áreas del audiovisual y ése es, en sí mismo, nuestro objetivo final incluso en la aplicación del medio.

¿Vuestra idea sería ser un símil de estudio AKA de Londres?

Puede que existan similitudes entre ambos estudios, pero no tenemos un modelo hacia el cual dirigimos. Es más, uno de nuestros fundamentos es la permanente permeabilidad y contaminación positiva. Queremos ser influenciados y moldeables permanentemente.

“Queremos ser influenciados y moldeables de manera permanente”

Tenéis clientes, directores y técnicos internacionales, incluso los gerentes y responsables de boolab son internacionales. No estáis atados a ningún lugar. Entonces, ¿por qué estáis aquí y no en Londres o Nueva York o incluso Tokyo que parecen ser los centros del mundo en este campo?

El nexo entre todos los lugares que has mencionado pasa por el interés de sus gentes y la información que allí se procesa. Barcelona es una marca hacia el mundo y nuestra composición multicultural existe porque estamos en Barcelona. Aquí hay gente interesante. Pero sobre todo, hay dos razones fundamentales. La primera es nuestro pasado natural: somos de aquí y vivimos aquí. La



! Colaboración en el anuncio de Adidas Together de Psyop.

segunda es nuestro futuro: queremos ser una productora de referencia en Europa y para eso, aquí, hay infinidad de estímulos. La información que Barcelona procesa no sólo es la misma que los demás "centros" del mundo, sino mejor si cabe. Esto es el Mediterráneo. Luz y color, influencias de pasados pueblos que otras ciudades solamente pueden ver en las fotos. Aquí hay una oportunidad si la sabemos ver:

¿Cómo se seleccionan los directores que trabajan en boolab?

En función de su interés, de su capacidad de trabajar en equipo y de su estilo. Es un delicado equilibrio en el que buscas que, el que piense, sea el hombre. Que la máquina solamente procese. Recibes bobinas que son una demostración de que puede hacer un plug-in. Recibes otras que son un delicado homenaje al trabajo de otros. Nosotros buscamos gente que quiera encontrar su propio camino y que no le dé miedo equivocarse hasta encontrarlo. Para eso es necesario ser humilde y trabajador. Ser artista es un trabajo, no un don.

Fundamentáis parte de vuestro éxito y nombre en los directores que tenéis, pero, siendo estos directores ya importantes, ¿qué garantía tenéis de que los trabajos que hacen para boolab no les sirvan de trampolín para ir a empresas más grandes y perdáis por lo tanto un gran capital humano?

“Barcelona es una marca hacia el mundo”

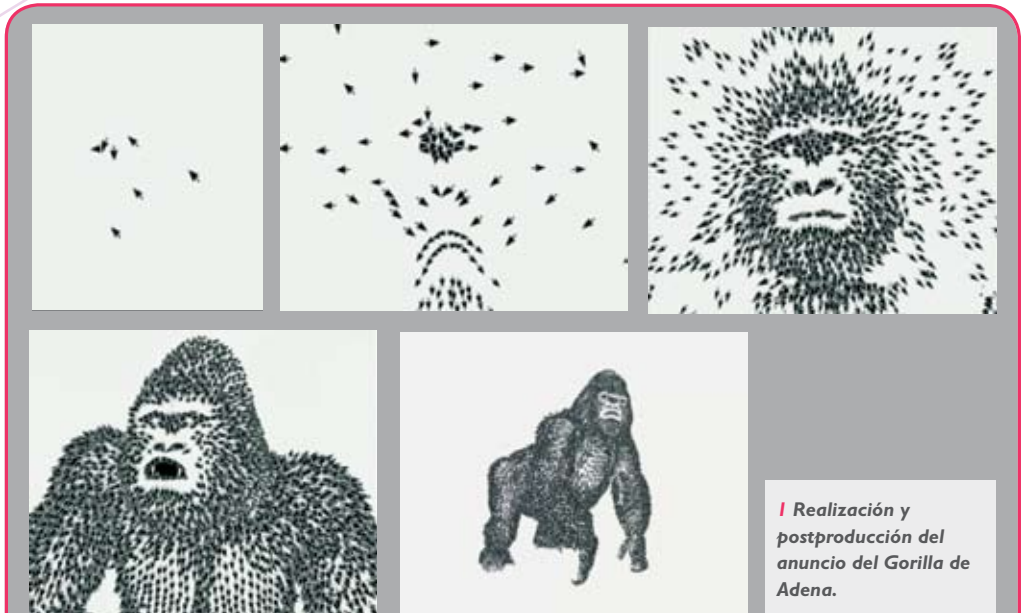
Hasta ahora, la importancia de un director también pasa por el entorno en el que desarrolla su trabajo. No es casualidad la calidad del nombre de los directores que nos acompañan, así como tampoco lo es que sean los que son. Es una criba natural. No nos da miedo pensar que pueden marcharse. Nuestra diferencia no está en la dimensión de la empresa o en el tamaño de los clientes, está en el día a día. En el trayecto

que te lleva de un briefing a una pieza. Si alguien se va por otras razones, es que es el momento adecuado y, entonces, pierdes a una persona, no capital humano.

¿Quién decide qué trabajo se encarga a cada director?

boolab

El spot de Adidas de Stink + Psyop es fantástico, pero ¿cómo gente como Psyop os llega a contactar? Ellos os definen como colaboradores, ¿significa esto que habrá más colaboraciones entre Psyop y boolab?



! Realización y postproducción del anuncio del Gorilla de Adena.



Bueno, en principio aclarar que boolab está representado en USA y Canadá por Blacklist, empresa propiedad de Psyop lo que nos lleva a estar en permanente colaboración con ellos. Psyop fundamenta su trabajo en los mismos valores que nosotros: innovación, calidad y pasión por lo que hacemos. Desde esa perspectiva es una colaboración natural. Por otro lado, ellos no pueden crecer eternamente, por lo que han buscado en nosotros ciertos desarrollos que para ellos son tremendamente costosos de aplicar sin tener que crecer por encima de su realidad. Probaron, les respondimos y, sencillamente, han seguido de forma cada vez más intensa.

“Ser artista es un trabajo, no un don”

En algunos trabajos, más que dirección o producción, habéis prestado servicios técnicos dentro de grandes proyectos y además para algunos trabajos habéis trabajado con grandes profesionales de la animación, la rotoscopia, la ilustración, etc. ¿Os planteáis potenciar también esta área de los servicios o preferís potenciar

el trabajo de los directores y dejar los servicios técnico/artísticos para cosas puntuales?

Somos un equipo y actuamos como tal. Los directores son importantes pero no son nada sin el equipo. No podemos aspirar a ser una productora importante si disociamos las partes.

¿Cómo se consiguen los trabajos fuera de nuestras fronteras?, es decir, ¿formáis parte de una red o abris los contactos vosotros mismos?

Ambas cosas. Relaciones públicas, contactos comerciales y representantes importantes en los mercados.

En España es un lujo tener un equipo como el que puede tener boolab, pero en el resto del mundo, y éste parece ser también vuestro mercado, hay ya grandes agencias/empresas/ estudios/productoras. ¿Qué puede ofrecer boolab para captar su atención y mejorar lo que ofrecen los otros estudios?

Bueno, nuestra mejor oferta es que todavía no somos los números uno...

¿Trabajar con diferentes directores hace muy difícil tener un estilo propio?

No, nuestro estilo es el estilo de cada artista. No queremos crear un estilo de estudio que esté por encima o al margen del estilo de cada artista que trabaja con nosotros. Somos la suma de todos

ellos y la provocación para que evolucionen. Defendemos una suma de individuales.

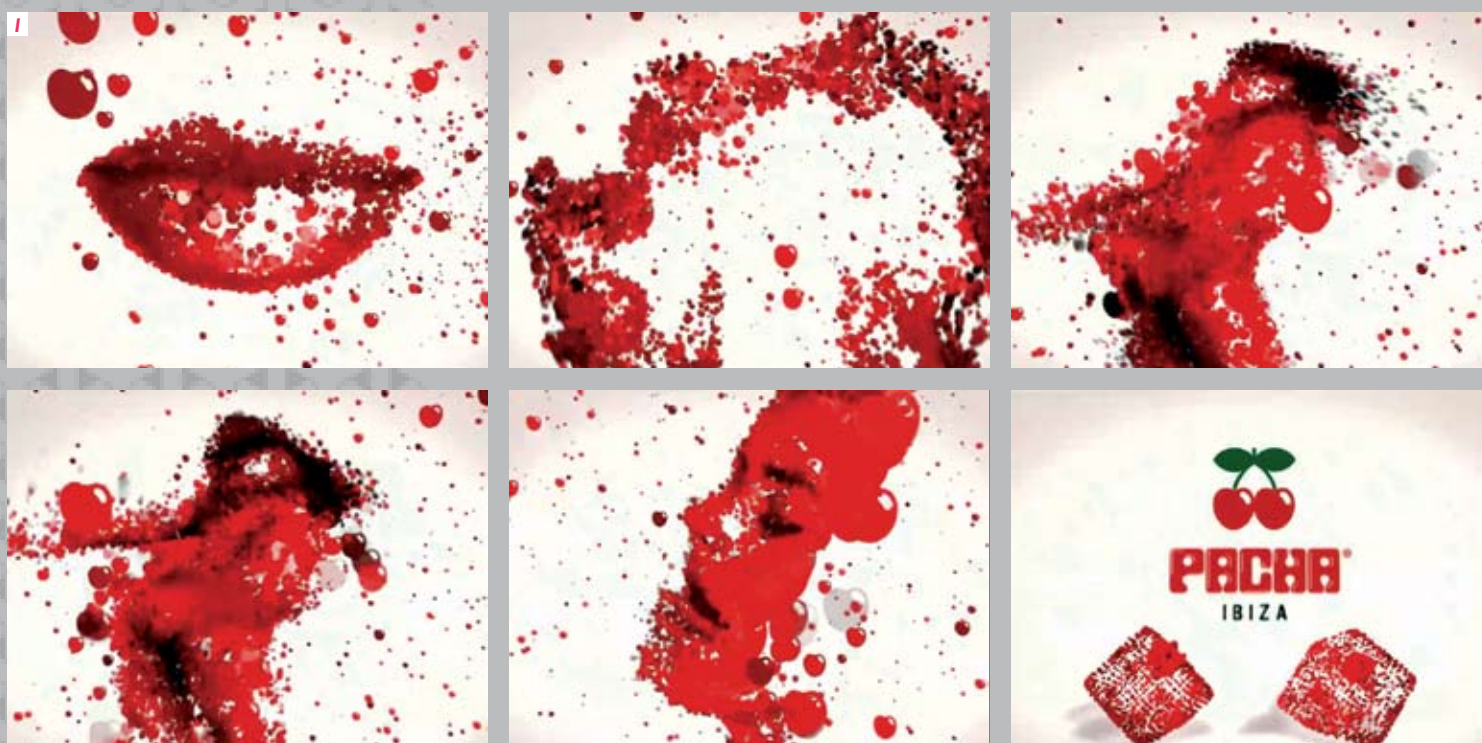
Por muy buenos que seáis, parece lógico que personas individuales o incluso pequeños estudios no puedan acceder a algunos de los clientes a los que vosotros sí accedéis. En un mundo cada vez más globalizado ¿creéis que todavía hay espacio para los pequeños o que sólo las productoras como boolab sobrevivirán y podrán crecer?

Queda espacio para el talento. Lo que cada vez escasea más es espacio para la mediocridad. Esto no pasa por saber manejar un programa determinado, sino por el trabajo profundo en cada uno de los aspectos que componen una pieza audiovisual y su potencial audiencia.

Parece claro que la evolución en solitario será más difícil por una cuestión de capacidad y evolución técnica. Ideas complejas igual a producción compleja, eso es así, y eso nos lleva al trabajo en equipo.

Los pequeños estudios no dependen tanto del mercado como de su propia calidad. Para mí, sólo sobrevivirán los que realmente actúen de forma profesional, crítica y se estructuren en función de lo que quieren ofertar; no como un pasatiempo entre amigos.

Creemos más en los creadores que en las pequeñas estructuras.



| Postproducción del anuncio de la fragancia de Pacha.



1 Imágenes de los trabajos realizados para los spots de L'illa Diagonal.

2 Postproducción del anuncio del MOTO GP.

¿Podrías indicarnos un trabajo de Motion que os haya impresionado?

Cada vez que vemos algo nuevo, realmente nuevo, nos impresiona. TOCA ME (dvein), por ejemplo.

¿Y un artista de referencia en el campo de los Motion Graphics?

El artista de motion que más me ha impresionado es José Val del Omar (Granada 1904 - Madrid 1982).

¿Qué consideráis que ha sido lo que os ha proporcionado más difusión y clientes?

Bueno, hay mucho trabajo detrás de boolab, mucho. Hay mucha preocupación por "el siguiente paso" y mucho trabajo de evolución continua. Somos críticos con nosotros mismos y pretendemos estructurar una respuesta real a los grandes estudios en el sur de Europa. Creo que eso es algo que se percibe en el área comercial, en nuestro esfuerzo en comunicación y en nuestra preocupación por la excelencia que nos reportan algunos premios importantes. No hay solamente un motivo por el que las cosas pasan. Hay calidad artística, autocrítica y un equipo humano y técnico de primer nivel. Lo demás es esfuerzo e ilusión. ●

“Queremos ser influenciables y moldeables de manera permanente”

