

SIXIS

Cuando un diseñador con experiencia entra en el mundo de los Motion, incluso los polígonos 3D salen realzados

Si en algunos estudios, los Motion Graphics parecen fruto de una noche de locura de cien personas, los Motion de Sixis parece que los prepare un diseñador tan pulcro y perfeccionista como Andre Ricard o Andreu Balius, tras estudiar el tema en silencio durante toda una semana. Limpieza, belleza, funcionalidad, perfección...y música.

¿Creéis que tener una formación en diseño clásico como la vuestra marca que los motion estén tan bien acabados y pulidos?

Siempre nos basamos en nuestra formación gráfica y como tal la aplicamos a nuestras piezas. Vemos en cada trabajo como un diseñador puede afrontar cualquier proyecto, pero imaginándolo en movimiento.

Hay un gusto fantástico por los detalles, incluso cuando sólo hay geometría conseguís hacer bellos los detalles y centrar la atención del espectador en partes del volumen, en brillos, sombras y perfiles. A mi me parece fantástico pero ¿os resulta fácil vender este tipo de trabajos a los clientes?, ¿os hacen retocar muchas cosas o en general aceptan lo que sale de vuestras manos?

Hay muchos tipos de clientes, pero consideramos que los clientes también tienen que saber ser buenos

clientes. A veces, y creo que puede ser un problema generalizado en nuestro trabajo, muchos pueden confundir que seas una productora entonces cuando esto ocurre les tenemos que recordar que no lo somos. Hay clientes que no han llegado a ver nada hasta el final y les ha encantado el resultado, y eso es genial.

Y hablando de trabajos preciosos pero raros, el de Sanofi Aventis junto con el de Nokia se llevan la palma. ¿No os pusieron ningún problema? (Especialmente con Sanofi que no tiene el plus de modernidad de Nokia). ¿Un trabajo tan vanguardista y novedoso como ese para un vídeo corporativo no es muy arriesgado? ¿Les gustó?

Pues la verdad es que fue un proyecto que dudamos si realizarlo o no, porque podía transformarse en un horroroso vídeo de convención. Pero por suerte el director creativo de Saatchi & Saatchi confió y nos apoyó plenamente, y la verdad es que eso nos permitió sorprender al cliente a quien gustó mucho la pieza. Posteriormente ganó un premio Aspid y fue un poco la confirmación de que fue una buena idea hacerlo.

El grafismo de Sputnik lleva mucho tiempo en pantalla, felicidades por la parte que os

Sixis 1998
www.sixis.net
sixis@sixis.net
Via Laietana 24 BIS
1º-1º 08003 Barcelona
93 513 48 66



Definición: Estudio

Integrantes: Cuatro, más diferentes colaboradores.

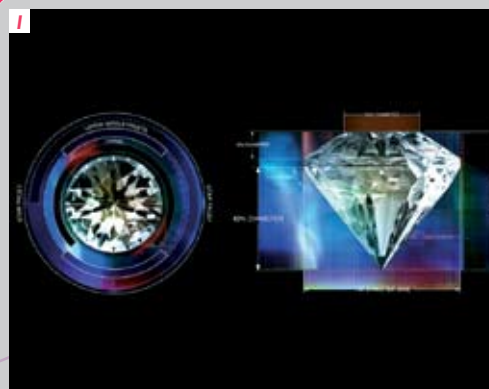
Formación o estudios: Todos tenemos estudios relacionados con el mundo del diseño gráfico.

Equipo de trabajo: Mac

Mejor inversión: Cafetera, para poder trabajar.

Calidad Reel y Clips en la Web: Media.

Clientes destacados: Nokia, Nike, Mtv, Pepsi, N.gage, Schweppes, Actimel, Tv3, Canal+, Camper, G-Star, Heineken, Red Bull, etc.



corresponde pero ¿no consideráis un poco negativo que un grafismo de televisión, por bueno que sea, tarde tanto en actualizarse?

Bueno creo que es más un tema político y económico que creativo. Cuesta mucho hacer entender a un director o responsable de un canal que dispone de un departamento de grafismo de que lo hagan fuera.

El audio está muy integrado en vuestros Motion. De hecho, en muchos trabajos es más que un fondo musical y, al igual que con los trabajos de gente como Onionlab, se convierte en parte y motor de los Motion Graphics. ¿Quién prepara el audio?, ¿cómo planificáis el trabajo para que quede tan bien entrelazado?

Bueno consideramos que el audio a veces puede ser un 50% de la pieza sin exagerar. No deja de ser lo mismo componer con notas o imágenes y grafismo. Muchas veces el audio lo hacemos nosotros mismos, y suele ser parte de un todo. No nos gusta hacer una pieza y luego ponerle el sonido, puesto que este nos puede también inspirar movimientos, texturas, colores, etc.

Trabajáis mucho el 3D. ¿Qué programa utilizáis y cuáles son la principales ventajas y principales problemas de utilizar el 3D en Motion Graphics?

Usamos el 3D como podemos utilizar una imagen, una tipografía o un color. Es una herramienta más en nuestras manos, y sobre todo nos permite realizar lo que no podríamos de otra manera.

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

Han sido muchos a través de los años, no me gustaría nombrar uno en concreto.

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

Tomato... creo que fueron una gran inspiración durante los primeros años.

Hace un tiempo decías que los canales de televisión españoles no invertían lo suficiente en Motion Graphics. ¿Con tantos canales como hay ahora crees que la cosa ha mejorado?

La diferencia es que hay más canales de televisión, pero también hay mucha que más gente que haga esto, o sea, la fórmula es un poco rara ;)

¿Tenéis pensado trabajar para el extranjero?

Ya lo hacemos, trabajamos con Nokia en Londres, y ahora mismo para Pepsi en países árabes y Sudáfrica.

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

Pues empezar en esto cuando te preguntaban que qué era eso de motion graphics... e incluso lo pusimos en el nombre, era duro explicarlo. Después creo que dedicamos mucho a luchar para que los clientes lo entendieran. Incluso decir que no a proyectos en momentos que no era recomendable hacerlo, pero bueno lo hicimos. 🍅

Limpieza, belleza, funcionalidad, perfección... y música en movimiento



1 Cubierta para la revista Rojo.

2 Portada para la revista digital LeCool.

3 Frame del Motion Graphic realizado para el programa de Tv3 "Afers Exteriors".

4 BD4D. Frame del vídeo para el OFFF.

5 Frame de las Cortinillas realizadas para Canal+.

6 Identidad para el sello musical Palace Recordings.

7 Ilustración para Suite Magazine.

8 Frame del motion realizado para la presentación de la pelota de Niké para la LPF.