

Anexo A. Entrevista 6.

Fecha: 23 de octubre de 2024

Entrevistado nº1: Kai Vermehr “(KAI)”

Entrevistado nº2: Svend Smital “(SVE)”

Entrevistadora: Sandra Barreiro Parguiña “(SBP)”

Objeto de la entrevista: EBOY es un grupo conformado por los artistas digitales, Kai Vermehr, Steffen Sauerteig y Svend Smital. Esta entrevista ha sido realizada con objeto de su colaboración con la firma Louis Vuitton con el pañuelo de seda en edición limitada *Maze Of Precious* realizado para la serie *LV Art Silk Squares*.

Metodología: La transcripción del audio ha sido traducida del inglés al español por la autora de la tesis. Ha sido ligeramente editada para corregir errores gramaticales, se han reestructurado algunas partes largas para mejorar la comprensión y se han omitido partes irrelevantes para mejorar la claridad. El contenido esencial no ha sido alterado.

Nota: Se ha evitado incluir nombres de personas no entrevistadas directamente, siendo mencionadas solo en contexto para respetar su privacidad.

(SBP): Habíais trabajado previamente con Louis Vuitton para el *Tokio Travel Book*, en 2017. ¿Cómo se estableció el contacto para las colaboraciones con Louis Vuitton en aquel momento y, este último año, para el pañuelo?

(KAI): Creo que nos enviaron un correo electrónico para el libro de viajes. No sé cómo nos encontraron, para ser honesto, creo que el libro de viajes era la... ¿conoces la serie? Siempre trabajan de este modo, envían a un artista de su interés a una ciudad en el extranjero. En nuestro caso, pasamos dos semanas en Tokio y ellos organizaron a los guías y hablaron con nosotros durante la preparación, sobre lo que nos interesaba. Quisimos ver supermercados, cosas cotidianas en Tokio... Creo que nos encontraron porque algunas personas nos conocen en el espacio artístico, y éramos una opción. Creo que nunca les pregunté exactamente cómo nos conocieron.

(SVE): Ese equipo solo es responsable del libro.

(KAI): Sí, y después, porque estábamos en contacto con ese equipo, también entramos en contacto con otras personas de Louis Vuitton. Hubo una exposición en la que participamos, creo que fue durante el aniversario de Louis Vuitton, aquí en Los Ángeles, me parece que incluso dos veces, y no estoy seguro de si también en Berlín. Bueno, creo que simplemente nos conocieron y en algún momento recibimos un correo electrónico de otro departamento, el de pañuelos o el de moda, estaban interesados en trabajar con nosotros y, a partir de ahí, simplemente tuvimos contacto con ellos. Pero no hay una historia mágica o una historia oculta sobre cómo nos conocimos. Así que probablemente solo nos conocían del equipo del libro.

(SBP): Tuve la oportunidad también de tener una entrevista con uno de vuestros compañeros de edición, y me comunicó que llegó a Louis Vuitton a través de la galería Martel. ¿Estáis colaborando con ellos?

(KAI): Nosotros no, ¿Svend, no estamos colaborando con ellos verdad?

(SVE): No, no recuerdo.

(KAI): A veces es confuso. Estamos con muchas cosas en proceso.

(SBP): Me interesaba realizaros esta entrevista, principalmente porque aparentemente trabajáis digitalmente. ¿Realizasteis alguna parte del proceso a mano?

(SVE): No, efectivamente es todo a través del ordenador.

(KAI): Yo ya no sé escribir a mano, no sé cómo funciona eso. Básicamente, solo trabajamos con ordenadores. Y es más fácil para nosotros porque lo compartimos, así que, en mi caso, estoy aquí en Los Ángeles, y Svend y Steffen en Berlín. Todo lo que hacemos está en digital y luego se almacena en la nube. Y Steffen y Svend pueden retomar el trabajo en cualquier momento, o yo puedo volver a él cuando quiera, lo que hace que las cosas sean mucho más fáciles.

(SVE): También para trabajar con clientes, en realidad también es fácil para compartir el trabajo.

(KAI): Sí, pero yo diría que el equipo de Louis Vuitton, hizo las impresiones y nos las envió. Así que hubo un cierto control de calidad y de colores, comprobación del color a lo largo del proceso. Pero incluso las presentaciones, cuando teníamos ideas, se las enviamos como archivos, para que pudieran echarles un vistazo. Y luego nos unimos a un chat de vídeo y las pusimos en una ventana aparte, en una ventana de presentación, y nosotros empezamos a mover cosas de un lado a otro y... Todos podían ver las cosas estando cada uno en una parte diferente del mundo. Así que, sí, diría que casi todo lo que se creó fue digitalmente.

(SVE): Pero en este caso, también fue bueno tener versiones de prueba del producto a tamaño real, y luego en material, para tener una mejor impresión, porque al final es realmente un producto físico. Y fue bueno verlo en el tamaño real.

(SBP): Vale. ¿Me podéis decir con qué herramientas o programas trabajáis? He visto que Photoshop es una de ellas, por supuesto, es la más útil, pero ¿usáis otras herramientas, como Illustrator o Procreate?

(KAI): No, no usamos Illustrator. Usamos principalmente Photoshop, y dentro de Photoshop, usamos principalmente la herramienta de lápiz, solo un punto a la vez. A veces usamos programas para visualizar y entender algo mejor, 3D como Blender o SketchUp, por ejemplo, pero no muy a menudo. Yo diría que con cada punto que haces con la herramienta del lápiz, en realidad, creas un pixel cuadrado que en sí mismo es un objeto. Puedes imprimir un pixel, y también podría resultar en una bonita bufanda. En esencia, creamos pequeños bloques y luego los combinamos con otros bloques. Yo diría que la herramienta lápiz es importante, pero lo que creo que es esencial para nosotros es que trabajamos juntos en los mismos archivos. Nos unimos desde todas partes y todo es digital, por lo que se puede modificar y actualizar muy rápidamente. Incluso la parte más pequeña, el pixel individual, que es hermoso en cualquier color. Pero la organización y estructura de nuestro trabajo, es en realidad lo más caracteriza a EBOY.

(SBP): Realmente estoy muy sorprendida de cómo os organizáis entre los tres, porque diría que podía ser un poco difícil. Pero parece que lo lleváis muy bien.

(KAI): Sí, es agradable. Por ejemplo, con algún nuevo proyecto, Svend comienza en Berlin y lo configura en Photoshop digitalmente, abre el lienzo y simplemente pone bloques allí, como un comienzo general. Luego se va a dormir y yo abro el documento por la mañana aquí en Los Ángeles creando una nueva versión. Sigo trabajando en él, lo desarrollo un poco, y me voy a dormir y luego Steffen, por ejemplo, continúa a la mañana siguiente. Y así es, se trata de un flujo de trabajo muy dinámico y continuo a través de todas las zonas horarias. Es agradable, porque cuando te despiertas por la mañana, generalmente te sorprende lo que sucedió durante la noche. No estás solo con tus propios pensamientos y preguntas; siempre es posible intercambiar ideas. A menudo nos reunimos durante mis mañanas, que son sus tardes, y conversamos sobre lo que está en desarrollo o lo que ya hemos realizado. Recuerdo mis días en la universidad, cuando trabajaba en solitario, que pasé unas fases de lo que, no denominaría como depresión, pero sí una gran frustración. No tenía con quién hablar y, en ocasiones, me sentía aburrido de mi propio trabajo. Sin embargo, esto casi nunca nos ocurre ahora, porque siempre está la otra persona a quien puedes mostrarle tus avances, discutir sobre ellos, y que puede ayudarte a levantar el ánimo o a abrir nuevos caminos e ideas. Para nosotros, esto ha sido una forma psicológica y motivacionalmente saludable de trabajar a lo largo de los años. Es como estar en una banda donde todos se llevan bien y disfrutan el tiempo juntos. Realmente considero que es una situación muy afortunada para nosotros.

(SBP): Fantástico. A lo largo de vuestra carrera, he visto que habéis vivido el cambio de milenio y la transición de la era analógica a la era digital. ¿Podrías darme un breve resumen de vuestra experiencia con las herramientas que utilizabais inicialmente y cómo incorporasteis gradualmente software como Photoshop a vuestro flujo de trabajo diario?:

(KAI): No considero que haya habido un cambio significativo en nuestra forma de trabajar desde que comenzamos, ya que Photoshop es un software muy antiguo. Existía desde que yo estudiaba en los años 90, cuando todavía estaba en la universidad. Durante esa década, la primera versión de Photoshop ya estaba en funcionamiento, y desde entonces siempre hemos trabajado con este software, pues era la herramienta más profesional disponible en Macintosh en ese momento.

Aunque nuestras metodologías y la manera de organizar las imágenes han evolucionado, la herramienta en sí ha sido siempre Photoshop. Incluso para realizar bocetos, desde el principio, trabajábamos y creábamos con Photoshop. Para un proyecto en particular, quisimos desarrollar una ciudad, y consideramos que debería ser en perspectiva isométrica. La perspectiva isométrica permite disponer los objetos sin un punto de fuga central, lo que significa que un elemento puede crearse, por ejemplo, en la esquina inferior derecha de la imagen y luego trasladarse a la superior izquierda sin que cambie su aspecto. Esto nos permitió generar elementos reutilizables, construyendo así una biblioteca de componentes.

Este enfoque evolucionó con el tiempo hacia una metodología estructurada y efectiva. Recuerdo que, en mis inicios como artista, resultaba frustrante crear algo que luego quedaba limitado a una única presentación, almacenado en un disco duro sin posibilidad de reutilización. Con este método modular, sin embargo, todo cambió, ya que ahora los elementos creados podían servir en proyectos futuros. Así, un coche, un edificio o cualquier otro objeto diseñado en este formato se volvía un recurso que podía utilizarse

en múltiples contextos, incluso como punto de partida para nuevas ideas al combinar diferentes elementos.

Esto también fue beneficioso en los casos en que trabajábamos en proyectos menos interesantes. Saber que un elemento creado podría ser útil en el futuro aportaba una motivación adicional para hacer el mejor trabajo posible en cada proyecto porque, ya sabes, puedes hacerlo, usarlo de todos modos, también más tarde. Nunca es una pérdida de tiempo y es genial. Puedes trabajar siempre al máximo de tu capacidad, y todo esto que tienes alrededor te acompaña a lo largo de tu vida como artista. Puedes hacer cosas con ello, y eso es simplemente increíble. Lo que hemos estado haciendo es construir nuestra base de datos, una enorme base con miles de objetos. Puedes usar cualquiera de ellos para empezar; es divertido. Incluso si llegásemos a fallecer algún día, alguien más podría usar todo esto para crear cosas nuevas. Creo que eso es algo fundamental en lo que significa EBOY, en cierto sentido.

(SBP): El pañuelo es un formato que puede parecer sencillo, pero hay que tener en cuenta diferentes aspectos, como la composición de las esquinas, y su interpretación como prenda fluida que se puede doblar y arrugar. Durante el proceso de diseño, ¿recibisteis algún consejo u os han dado algún consejo sobre cómo abordar la composición en el formato?:

(SVE): Sí, especialmente cuando mencionas las esquinas, esto era un aspecto importante a considerar, porque debe funcionar como una imagen cuadrada. Se puede colgar en la pared, lo que mucha gente también considera, pero es algo también material que puedes vestir, por lo que puedes usar los detalles que te interesan. Las esquinas y cada parte de la imagen deben verse bien, son aspectos importantes que hay que tener en cuenta.

(KAI): Pero Louis Vuitton al principio no... no. No fue un tema de discusión al comienzo; fue algo que surgió más adelante. Sin embargo, siempre nos han interesado los pañuelos. Cuando viajamos juntos y los vemos, siempre nos llaman la atención porque son objetos hermosos, a menudo creados con gran esmero, y que a la vez son funcionales de una manera muy especial. Realmente son arte que se puede vestir, son la pieza más icónica y elemental de la moda y el arte. Es decir, si piensas en un objeto que puede ser ambas cosas es un pañuelo, puedes enmarcarlo o llevarlo puesto y hacer de todo con él, y aun así puede verse increíble. Y, además, cuando lo llevas puesto, sucede algo realmente especial, o al menos puede suceder: te inspira. Y eso es lo hermoso de este tipo de proyectos, creas algo que inspira a alguien que lo lleva, tal vez a hacer algo único con él. Es genial si la gente ve nuestras fotos y piensa: "Oh, qué bonito". Pero es aún mejor si esa belleza les provoca una idea. Tal vez deciden llevarlo, o verlo y empezar a imaginar historias. Por ejemplo, hacemos póster y la gente puede preguntarse: "¿Qué estará haciendo esta persona aquí?" Y entonces la mente comienza a trabajar, y eso es algo que nos encanta que ocurra con nuestro trabajo. Los pañuelos son perfectos para esto porque la gente los lleva puestos, y aunque no tenemos muchas fotos de ellos en la vida real, sería increíble ver cómo la gente realmente los usa y cómo se viste al usarlos. Eso sería fantástico de ver.

(SBP): Entonces, ¿no os dan ninguna dirección concreta sobre la composición?

(KAI): Nos dieron algunos consejos cuando comenzamos; les propusimos un par de ideas iniciales y luego tuvimos reuniones para intercambiar impresiones sobre qué

funcionaba y qué no. Creo que en la primera reunión decidimos quedarnos con dos o tres opciones, y a partir de ahí desarrollamos las ideas. Fue un proceso de mucha retroalimentación en general.

(SVE): La dirección general fue en torno a flores, creo, o algo por el estilo. Era un concepto muy amplio y abierto a interpretación.

(KAI): Nos gusta trabajar de esta manera, especialmente en un proyecto como este, en equipo. Al igual que disfrutamos trabajando entre nosotros, también nos gusta colaborar con clientes, especialmente cuando son tan profesionales. Louis Vuitton realmente tiene un equipo muy serio y profesional, pero al mismo tiempo son personas amables y accesibles. Es un nivel de colaboración muy bueno, y ciertamente contribuyeron mucho al proceso. Hubo un intercambio constante de ideas.

(SVE): Aprendimos bastante sobre la producción de estos accesorios y del proceso de impresión, que resultaron ser aspectos muy interesantes.

(SBP): Tengo entendido que imprimen en Italia, en ISA. ¿Estuvisteis en contacto con alguien de allí?

(KAI): No, no estábamos a cargo de eso. Solo nos ocupamos del trabajo en el pañuelo en sí. Estuvimos en contacto únicamente con una persona, no estoy seguro de su cargo, pero ella se encargó de organizarlo todo. Además, hay dos combinaciones de colores: una en beige y otra en rosa. Creo que la combinación en rosa fue hecha por ellos. Hubo, por supuesto, un intercambio de ideas, pero esa combinación vino de ellos, y queríamos que fuera así. Nos generaba curiosidad ver qué harían ellos después de comenzar con nuestra versión, y resultó muy bien. Nos encanta, realmente nos encanta la combinación de colores que hicieron.

(SBP): Eso es interesante, porque en el caso de otras marcas, aunque les soliciten los diseños a artistas externos, las decisiones con respecto al color se toman de forma interna.

(KAI): Sí, pero fue más una conversación sobre qué deberíamos hacer. Entonces dijimos: “¿Queréis encargaros de la combinación de colores? Nos interesaría ver qué proponéis”. Luego nos mostraron las combinaciones de colores, y realmente nos gustaron. No era cuestión de que la decisión final fuera solo nuestra, nunca se planteó así. Fue simplemente gente trabajando en conjunto para encontrar las mejores ideas.

(SBP): ¿Cuánto tiempo pasó desde que comenzasteis a trabajar en el diseño hasta que lo presentasteis a la firma?

(KAI): Seis meses, cinco meses...

(SBP): ¿Y desde que fue producido y puesto a la venta?

(KAI): No, tal vez un mes o dos, pero no lo sé. No sé si fue más rápido la producción que el trabajo artístico. Pero una vez todo está listo, probablemente también sea más rápido.

(SVE): La producción comenzó haciendo algunas impresiones de prueba, y luego hubo un intercambio constante. Así se va descubriendo qué es posible imprimir, ya que no todo es viable en este proceso.

(KAI): Pero lo que creo que es único en este pañuelo en particular es la cantidad de colores que se utilizaron para imprimirllo. No sé el número exacto, pero fue una gran cantidad. Normalmente, puedes imprimir en CMYK, lo cual te da solo cuatro colores, o en RGB, donde mezclas los colores. Sin embargo, en este caso decidimos optar por serigrafía de alta tecnología, porque nos gusta cómo se ven los colores: son más vivos y un poco más intensos que en la impresión digital. Trabajaron con una empresa en Italia para intentar crear la mayor cantidad de colores posible usando la serigrafía. ¿Creo que fueron 26 o...?

(SVE): Sí 26, 27 algo así.

(KAI): La cantidad de colores era una locura. Creo que establecieron también un récord técnico con esto.

(SBP): Bueno, puedo deciros que otras marcas llegan a alcanzar las cincuenta pantallas.

(SBP): Thomas Ott me dijo que estaba en contacto con una persona de Louis Vuitton, ¿vosotros también estabais en contacto con la misma?

(KAI): ¡Oh! Vaya, entonces no fue un récord técnico. Una locura. También es interesante que existe una técnica en la que se puede imprimir por ambas caras al mismo tiempo.

(SBP): ¿Vuestro pañuelo fue impreso por ambas caras o sólo una?

(KAI): Me parece que por una de las caras. Sí, sí, lo hablamos, pero creo que al final solo fue impreso por una cara.

(SVE): Se puede ver que es diferente en el lado frontal y en el reverso.

(SBP): En el caso a doble cara creo que es mediante impresión digital.

(KAI): Sí, exactamente.

(SBP): ¿Vuestro compañero de edición* estuvo en contacto con una persona del departamento de diseño textil*. ¿Sabríais decirme si Louis Vuitton tiene un departamento específico para la elaboración de los pañuelos?

(KAI): Nosotros solo estuvimos en contacto con esa persona*, y más adelante se unió otra persona del equipo. Pero para la parte del diseño solo estuvimos en contacto con esta primera.

(SBP): Solo es por si supieseis si se trata de un diseño más enfocado a gráfico en general o a la prenda.

(KAI): No, no sabemos.

(SVE): Algunos son más responsables de la parte de producción, otros del contacto con los diseñadores. Son departamentos diferentes, pero en nuestro caso el contacto principal fue la persona del departamento de diseño textil*.

(KAI): Ahora también me das curiosidad a mí.

(...)

(SBP): Entonces, ¿esta es vuestra primera experiencia en el ámbito del diseño de pañuelos?

(KAI): Sí.

(SVE): Sí.

(SBP): Vuestro estilo es completamente digital y basado en píxeles. ¿Qué os sugiere que una marca de moda clásica se interese por vuestro contenido?:

(KAI): Nos encanta Louis Vuitton. Nos encanta porque se toman muy en serio lo que hacen; son trabajadores y artistas comprometidos. Tienen un legado y una tradición fantásticos, y eso se nota en todo momento. Cuentan con personas de gran talento y buen gusto, que toman buenas decisiones en cada detalle. Cuando trabajas con equipos buenos, se percibe de inmediato; ves que estás rodeado de profesionales de primer nivel, y eso hace que la experiencia sea muy gratificante. Con ellos es así: el proceso es inspirador y entretenido, y estamos entusiasmados con el resultado final, porque sabemos que será excelente.

No hay comités ni gestores externos que compliquen las cosas o propongan ideas poco acertadas, lo cual suele hacer que todo se vuelva más difícil y frustrante rápidamente. Con ellos, es justo lo contrario. Proponen una paleta de colores buena, y tienen ideas claras que realmente ayudan al trabajo. Eso es algo que hemos disfrutado muchísimo al trabajar con ellos, igual que en la colaboración para los libros, que fue muy positiva.

(SBP): ¿Os sentís más cómodos teniendo vuestro trabajo reproducido en el libro que en seda?:

(KAI): Oh, no, no es una elección; creo que son cosas diferentes. El libro es algo bueno, pero es un proyecto distinto al del pañuelo, y nos encantan los proyectos diferentes. Es como si te gusta comer un plato de espaguetis o algo dulce. Son proyectos muy distintos, no se pueden comparar.

(SBP): No sé si estáis interesados en el sector de los pañuelos de seda. ¿Tenéis alguna marca o diseñador de referencia que os resulte inspirador?:

(KAI): Hermès, seguro, ¿verdad? Ellos son la gran marca de pañuelos, y siempre que pasamos por una tienda en el aeropuerto, por ejemplo, solemos detenernos, pero también cuando estamos aquí en Hollywood, por ejemplo, o simplemente cuando ves los pañuelos expuestos. Siempre es genial verlos. Recuerdo que cuando estábamos en Tokio, visitamos un par de tiendas también, y había marcas japonesas de moda más pequeñas que a veces hacen pañuelos, a veces solo serigrafían modelos más pequeños, y

son tan, tan bonitos. Obviamente, estábamos ahí simplemente viendo, desplegando todo y admirando su belleza.

Con los pañuelos puedes crear algo fantástico con muchos recursos, con gran inversión, impresiones de alta calidad, tiempo, grandes equipos, los mejores equipos, etc. Pero también se pueden hacer pañuelos hermosos en un taller pequeño, solo con buen gusto y recursos técnicos modestos. Es como el arte; es un género con un abanico enorme de posibilidades, y lo que lo hace absolutamente único es que puedes usarlo y llevarlo puesto, hacer cosas con él, o simplemente admirarlo. Creo que esa es una combinación mágica en los pañuelos.

(SBP): Es agradable encontrar personas con la misma visión (...). Algunas empresas, en su colaboración con artistas, se quedan con los derechos del diseño original. He visto que, en otras empresas, es el artista quien conserva el diseño original. En este caso, al ser digital, ¿conserváis el diseño original, digitalizado?

(KAI): No lo sé, para ser honesto, no lo recuerdo bien, y no estoy seguro. Al final del día, fue una colaboración. Trabajamos en ambos sentidos, y no tendría sentido para nosotros hacer el mismo diseño en otro lugar. Eso simplemente está fuera de cuestión. Si trabajamos para alguien más, haríamos algo nuevo; de otro modo, no sería interesante para nosotros. Así que el tema de los derechos es un proyecto único. Louis Vuitton no creará una nueva edición de los pañuelos en el futuro. Creo que preferirían trabajar con nuevos artistas o colaborar con nosotros para un segundo pañuelo, así que no están interesados en solo reimprimir.

Creo que esta es una cuestión tal vez interesante para el equipo legal, pero para nosotros como artistas en esta situación, e incluso para el equipo que trabajó en los diseños de este proyecto, no el equipo legal de Louis Vuitton, es otra cuestión que importa.

(SBP): A algunos artistas les gusta quedarse con la pieza original, pero supongo que es más en el caso de conservar un dibujo físico.

(KAI): Entonces, está bien, si hiciéramos algo físico, tal vez tendríamos que enviarlo allí o mantenerlo aquí. Así que esa podría ser una cuestión: ¿quién archiva los diseños físicos de esto? Pero creo que muchos artistas que trabajan físicamente tienen diferentes iteraciones y todo eso. Así que no creo que Louis Vuitton diga: "Oh, queremos todo lo que creaste a lo largo del proceso; eso es nuestro". Quizás quieran discutirlo, tal vez porque quieren tener un archivo sobre ello, pero no creo que haya...

(...)

(KAI): No hay una diferencia fundamental entre diseños en físico o digitales. Cuando trabajamos, incluso una idea podría estar protegida por derechos de autor, ¿verdad? Un nombre es solo una idea en un par de letras. Por lo tanto, si es digital o físico, no hace ninguna diferencia, creo.

[Conclusión de la conversación]