



덱스터 DEXTER

- CEO 김용화
- Product VFX(Visual Effects, 시각효과)
- Foundation 2011년 12월
- Addr 경기도 파주시 회동길 78

저울을 기울게 한 마지막 1그램

“덱스터를 알게 된 건 2013년 1월로 기억합니다. 당시 공동 투자자였던 유니온투자파트너스 상무가 소개해주면서 덱스터와 만났지요. 덱스터는 이제 막 출발라인에 선 레이싱 자동차 같았습니다. 알피엠을 끝까지 올리고 깃발이 휘날리기를 기다리는 레이싱카 말이죠.”

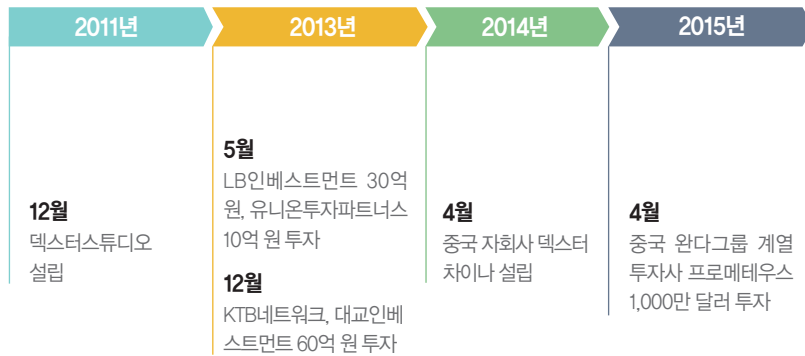
LB인베스트먼트 박정근 심사역의 말이다. 덱스터는 영화나 TV와 같은 영상 매체의 시각효과(VFX)를 만드는 전문업체로, 마침 그 무렵 고릴라가 야구 천재로 등장하는 만화를 영화화하고 있었다. 영화 처음부터 끝까지 고릴라는 종횡무진 무대를 휘젓는다. 귀신 영화처럼 어둠 속에서 잠깐 등장했다가 사라지는 역이 아니었다. 밝은 조명 아래 사람들과 어울리고 드넓은 야구장에서 신들린 듯 방망이를 휘두르는 모습을 담아야 했다. 덱스터는 이번 기회가 도전적인 작업인 동시에 자신들의 능력이 어디까지인지 확인하는 좋은 기회라고 생각하고 있었다. 그래도 투자자 눈에는 아직은 결과물이 없는, 맨주먹 상태의 기업이었다.

“그때 직원이 160명이었고 매출이 40억 원이었습니다만, 뭔가 부족하다고 느꼈지요. 중국 진출이 얼마나 진행되었는지 담당자 미팅을 갖고, 덱스터 윤석완 CFO를 통해 회사가 얼마나 투명하게 운영되는지 직접 확인했지만 여전히 미지수였습니다. 그도 그럴 것이 문화 콘텐츠를 만드는 업체는 모바일 기업과 달리 앱 다운로드 수라든가 사용자 수처럼 수치로 나타낼 수 있는 게 별로 없었습니다. 순전히 무형의 자산, 즉 사람을 보고 투자 여부를 결정해야 했지요.”

덱스터 랩에서 상영하는 소개용 영상을 통해 기술력은 확인한 뒤였다. 그래도 찜찜했다. 마지막 뭔가가 필요했다.

“덱스터의 대표는 김용화 감독이었습니다. <국가대표>의 감독으로 너무 잘 알려진 분이지요. 당시 국내 최고의 시각효과 슈퍼바이저들이 김용화 감독에게 ‘함께하고 싶다’고 제안하면서 이 회사가 시작되었다고 들었습니다. 재무담당 최고책임자인 윤석완 CFO도 김용화 감독에게 매료되어 덱스터에 합류한 분이었고요. 그런 이야기를 들으니 이들의 열정이 어디서 오는지 알게 되었습니다. 덱스터의 구심점인 김용화 감독이 중요했고, 그의 비전과 리더십이 투자를 결정짓는 양팔 저울의 마지막 1그램 역할을 했습니다.”

TIMELINE



STATE



직원
160명 2012년
↓
250명 2015년



매출
62억 원 2012년
↓
187억 원 2014년



세계 최고 수준의 크리처(Fur 기술 포함),
제피로스(Water 기술),
디지털 휴먼 제작 기술 보유



외자유치
완다 그룹 계열사 프로메테우스캐피탈
1천만 달러

중국에서 벌어진 진짜 가짜 논쟁

:

텍스터 본사 건물에서 5분 정도 떨어진 거리에 텍스터 랩(Lab)이 있다. 이곳에 들어서면 영화관을 축소해놓은 듯한 공간이 펼쳐진다. 정면으로 영상을 비추는 은막이 자리 잡고 있고, 양쪽 벽에는 스피커 수십 개가 징검다리처럼 걸려 있다. 앞뒤로 영상/음향 조절 장비가 놓여 있으며 중앙에 20개 남짓한 로열석이 늘어 서 있다. 잠시 뒤 조명이 꺼지고 소닉티어(SonicTier)의 웅장한 소리와 함께 화면 에 물방울이 나타났다. 물방울의 강렬한 인트로가 끝나자 부러진 돛대가 등에 박힌 거대한 고래 한 마리가 바다 속을 유영하는 장면이 화면을 가득 메웠다. 영화 <해적>이었다. 장면은 서극 감독의 <자취위호산>으로 바뀌었다. 노기 띤 호 랑이가 나무 위로 도망친 사람을 잡으려고 맹렬히 달려드는 모습이 펼쳐졌다. 당시 <자취위호산>이 상영되자 중국 온라인에서는 ‘진짜 호랑이다, 가짜다’를 두고 뜨거운 갑론을박이 펼쳐졌다고 한다. 장면은 다시 야구 방망이를 휘두르 는 고릴라로 넘어갔다가 이번에는 호주 출신의 모델 메이들린 에보니(Madeleine Ebony)가 ‘두 명’ 등장하는 장면으로 바뀌었다. ‘디지털 휴먼 기술’을 선보인 <SOMEONE>이라는 메이킹 필름의 일부다. 둘 중에 누가 진짜 메이들린일까 하고 생각한 순간, 텍스터 관계자가 입을 열었다.

“둘 다 가짜입니다.”

<미스터 고>에서 다시 시작된 열정

:

텍스터는 불과 5년도 안 되는 짧은 기간에 할리우드 최고의 VFX 업체와 어깨를 나란히 하며 일약 CG계의 신성으로 등극했다. 이 업체의 대표는 영화 <국가대



중국 온라인에서 진위 논란을 일으켰던 영화 <자취위호산>의 호랑이 싸움 장면

표>로 잘 알려진 김용화 감독. 그가 텍스터를 설립하게 된 계기를 들어보았다.

“<국가대표> 성공 이후 영화인으로 누릴 수 있는 건 다 누려보았습니다. 관객 800만 명을 달성하며 경제적인 자유도 누렸고, 청룡영화상 감독상, 대중상 감독상, 백상예술대상 작품상을 수상하며 명예도 얻었습니다. 그런데 얼마 지나지 않아 허탈해지더군요.”

죽을힘을 다해 목표지점에 도달한 사람에게서 종종 목격되는 감정 상태가 있다. 성취감과 함께 만족감이 찾아오고, 연이어 지독한 피로감이 몰려오고 마지막으로 일상의 모든 것에 흥미를 잃어버리는 허무감이 찾아온다. 김용화 감독 역시 맛집을 가도 맛을 못 느끼고, 친구를 만나도 흥을 느낄 수 없는 상태에 빠져

있었다. 한국에서는 더 이상 감독으로서 이를 수 있는 게 없을 것 같았다.

그때 마침 허영만 작가의 만화 <미스터 고>가 찾아왔다. 야구라는 소재와 고릴라가 등장하는 영화라면 새로운 도전의 기회로 삼을 수 있을 것 같았다. 그런데 문제가 있었다. 고릴라가 주인공이라면 절대적으로 시각효과에 의존할 수밖에 없었다. 당시 국내에도 VFX 전문업체가 몇 곳 있었다. 그러나 <미스터 고>를 감당할 만한 업체는 보이지 않았다. 할리우드에 문의해 보았다. 800억 원이 든다는 답변이 돌아왔다.

“난망했습니다.”

김용화 대표는 당시 심정을 한 줄로 요약했다.

영화는 총감독 아래 각 분야별 감독들이 있다. 촬영 감독, 음향 감독, 그리고 VFX 감독들이 그들이다. VFX 감독을 ‘특수효과 슈퍼바이저’라고도 부르는데 당시 우리나라를 대표하는 3명의 슈퍼바이저가 김용화 감독을 찾아왔다. 김용화 감독과 함께라면 한번 해보고 싶다는 얘기였다. 이참에 회사 세우고 본격적으로 도전해보자는 주문이었다.

그중 한 명이 정성진 감독이었다. 정 감독은 영화 <국가대표>에서 김용화 감독과 함께 호흡을 맞추며 VFX를 이끌었던 경험이 있었다. 2009년 대중상 영상 기술상(<국가대표>)을 수상했고, 텍스터 설립 후인 2014년에는 춘사영화상 기술상(<미스터 고>)을 받았다. 또 다른 한 명은 영화 <해적>으로 청룡영화상 기술상을 받은 강종익 감독이었다. 그리고 마지막 한 명은 영화 <용문비갑>으로 아시안 필름 어워드 시각효과상을 수상한 김욱 감독이었다.

국내를 대표하는 VFX 슈퍼바이저의 의기투합에 김용화 감독은 출사표로 응답했다. 2011년 12월 김용화 대표는 그동안 모은 사재를 탈탈 털어 텍스터를 창업했다.



CEO 김용화

- 2006 <미녀는 괴로워> 연출/각본
- 2009 <국가대표> 연출/각본/기획
- 2009 제30회 청룡영화상 감독상, 46회 대중상 영화제 감독상 수상
- 2010 46회 백상예술대상 영화 작품상 수상
- 2013 <미스터 고> 연출/각본/기획/제작/편집

1/10 비용으로 웨타(WETA)만큼 만들 수 있다

:

“당시 우리에게는 <미스터 고>의 VFX를 만들 만한 배경 지식도 없었고, 경험도 없었습니다. <미스터 고>는 말 그대로 도전적인 과제였지요. 우리 자신을 믿을 수밖에 없었습니다.”

그런데 놀라운 일이 벌어진다. 시각효과팀이 만드는 동물을 보통 피조물이라는 뜻에서 ‘크리처(creature)’라고 부르는데 크리처의 핵심 기술 중 하나가 털 구현이다(업계에서는 이를 ‘fur’라고 부른다.). 물론 ‘피’를 만드는 고난도 기술도 텍스처를 포함하여 세계에서 3곳밖에 보유한 곳이 없다고 알려져 있지만 핵심은 다

른 데 있었다. 얼마나 효율적으로 기술을 구현하느냐 하는 문제였다.

“우리 팀은 털 한 개를 만들어 털 100개의 효과를 낼 수 있는 기술을 개발했습니다. 당연히 100개를 만드는 것보다 시간도 절약되고, 데이터 처리 용량도 적기 때문에 매우 실용적이죠. 물론 품질은 똑같습니다.”

영화 <반지의 제왕>을 만든 웨타(WETA)는 세계적인 VFX 업체다. 그런데 텍스터는 웨타가 받는 비용보다 1/10에 불과한 비용으로 똑같은 결과물을 제작한다. 비유하자면 똑같이 100미터 출발선상에 서 있다고 가정하면 텍스터는 10배 빠른 속도로 결승점에 도착한다는 말이다.

“영화 <라이프 오브 파이>의 VFX 팀은 회사에 우리를 설치하고 실제 호랑이를 데려다가 오랫동안 관찰했다고 합니다. 그런데 우리는 아티스트가 가서 사진을 찍어오는 것으로 대체했지요. 물론 모델이 되는 호랑이도 중요합니다. 그런데 여기에 더 중요한 게 있습니다. 공정 과정이지요. 다양하게 찍은 호랑이 사진을 통해 기본적인 호랑이를 만들고, 그 후에 텍스처 아티스트가 달라붙어서 질감이나 색상을 만듭니다. 다음으로 랜더링 아티스트가 3차원 영상을 만들고, 애니메이터가 움직임을 만듭니다. 마지막으로 합성 아티스트가 배경과의 조화를 만들지요. 각각의 공정이 결합하여 하나의 살아 있는 호랑이를 만들어내는 것이죠.”

당시 중국에서 ‘진짜냐 가짜냐’ 논쟁을 불러일으킨 그 호랑이를 만드는 과정을 김용화 감독은 이렇게 설명했다.

이 과정을 거치면서 김용화 감독은 우리나라 VFX 슈퍼바이저들이 가지고 있는 역량이 세계적인 수준임을 확인했다. 그들에게는 기회가 없었던 거지, 능력이 없었던 게 아니었다.

영화 <해적>과 <명량>은 비슷한 시기에 상영되면서 줄곧 비교되는 작품 가운데 하나다. 영화 <명량>에 등장하는 바다는 CG가 아니다. <명량>은 바다에서

직접 찍은 장면이 많았다. 반면 <해적>은 바다 근처에도 가본 적이 없었다. 텍스터가 보유한 제피로스 기술을 통해 대양을 만들고 바람 따라 물결 이는 모습을 구현했다. 그런데 나중에 들리는 소문은 이랬다. ‘해적이 진짜 바다고, 명량이 CG 아니야?’

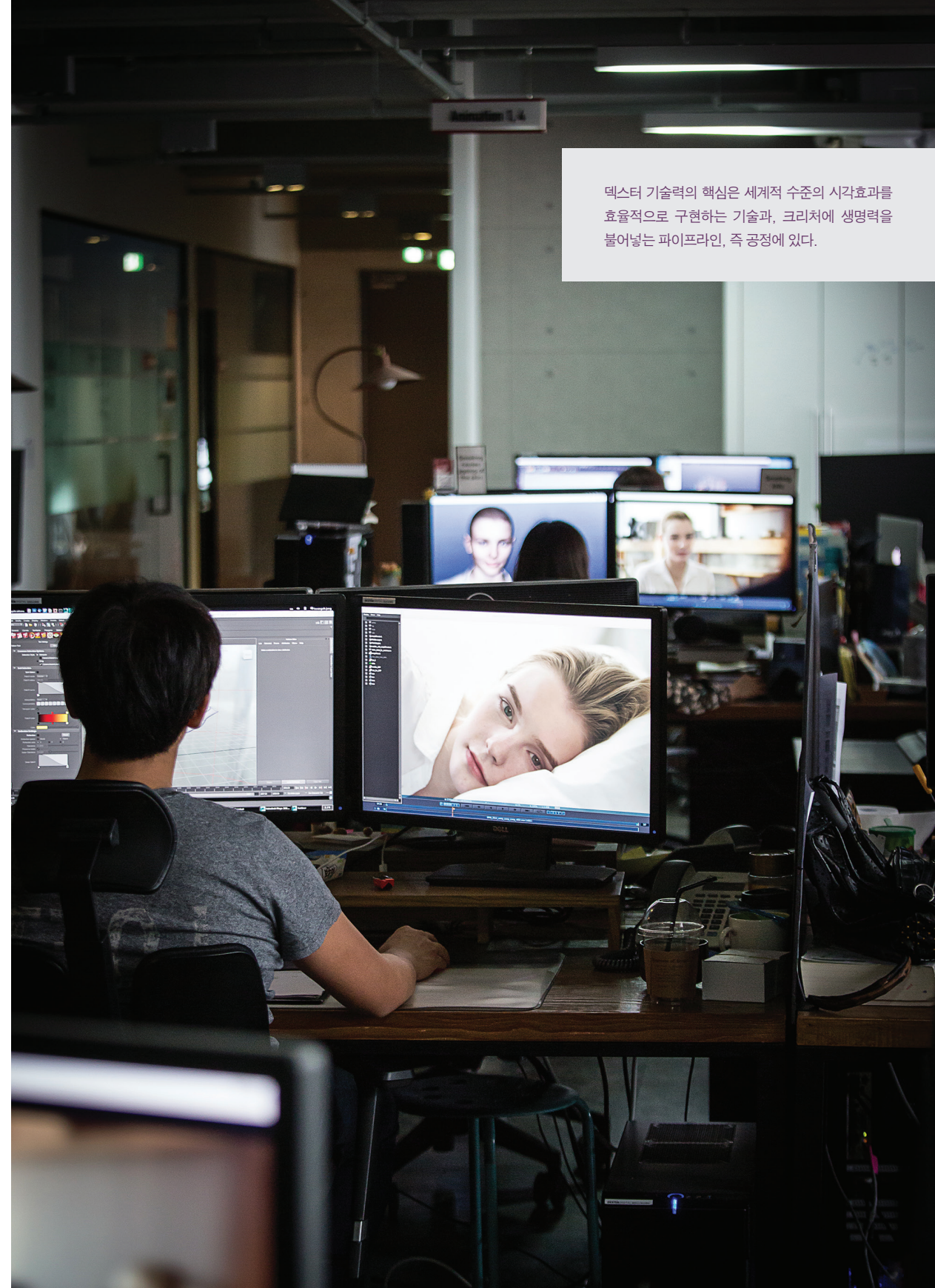
VFX 공극의 기술, 디지털 휴먼

：“시각효과에서 세계 톱이 되겠다는 마음으로 시작한 건 맞습니다만, 시간상 진입장벽이 분명 있으리라고 생각했습니다. 최대 7년을 보고 시작했지요. 그런데 불과 만 5년도 안 된 시점에서 텍스터는 더 이상 따라잡을 게 없는 기술력을 보유하게 되었어요. VFX 분야에서 가장 어려운 게 디지털 휴먼 기술입니다. 처음 이 기술에 도전할 때는 10년이 걸릴 수도 있겠다고 생각했습니다. 그런데 KIST와 협업을 하면서 불과 1년 만에 기술을 갖게 되었지요.”

영화 <말리피센트>의 시각효과는 ‘디지털 도메인’이라는 회사가 담당했다. 그들이 보유한 디지털 휴먼 기술을 텍스터 역시 보유하게 된 것이다. 김용화 대표는 얼마 전 시그라프(SIGGRAPH) 운영위로부터 <SOMEONE>과 <DXT-038>의 상영이 결정되었다는 통보를 받았다. 시그라프는 디즈니, 마블, 소니 등 대형 제작사를 비롯하여 할리우드 메이저 VFX 업체들이 참가하는 세계 최고 권위의 컴퓨터 그래픽 기술 경연장이다.

<SOMEONE>은 호주 출신의 모델 메이들린 에보니를 대상으로 만든 ‘디지털 휴먼’ 메이킹 필름으로, 이 영상물에는 두 명의 메이들린이 등장한다. 물론 둘 다 텍스터가 만든 디지털 휴먼, 즉 가짜다. 텍스터는 KIST와 함께 개발한 공 모양의 스캔 촬영 장비, 즉 ‘라이트 스피어(Light Sphere)’를 통해 사람과 구분이 불

텍스터 기술력의 핵심은 세계적 수준의 시각효과를 효율적으로 구현하는 기술과, 크리에이티브 생명력을 불어넣는 파이프라인, 즉 공정에 있다.



가능한 수준의 디지털 휴면을 구현하는 데 성공했다. 유튜브에 공개한 이 영상은 50만 뷰를 기록하며 세계인의 관심을 끌었다.

“다음 결전지가 남아 있습니다. 보통 디지털 휴면을 만들 때는 ‘블랜드 셰이프(Blend Shape)’라는 기술을 사용합니다. 모양을 섞는 기술입니다. 먼저 배우의 스틸 사진을 찍은 뒤에 연기할 때 섞어서 쓰는 것이죠. 최대한 많은 스틸 사진을 찍어서 최대한 자연스러운 동작을 구현하는 게 핵심입니다. 그런데 만일 이를 실시간으로 렌더링할 수 있다면 어떻게 될까요? 스틸 컷을 바탕으로 3D 동영상을 만드는 게 아니라 지금 당장 배우의 움직임을 3D로 구현할 수 있다면? 지금 전 세계 VFX 회사들이 실시간 렌더링 기술을 구현하기 위해 열심히 R&D를 하고 있습니다. 그걸 잡는 사람이 차세대 시각효과 분야를 휩쓸겠지요. 물론 우리도 기술 개발 중이고요.”

중국 최대 극장 보유, 완다 그룹의 투자

:

“LB인베스트먼트와 유니온투자파트너스에서 각각 30억 원과 10억 원씩 시리즈A 투자를 유치했습니다. 이 액수는 우리가 진통을 겪지 않고 일을 진행할 수 있었던 원동력이 되었습니다.”

김용화 대표의 말이다.

초기 자금은 VFX 작업을 위한 전산설비를 구입하고 인력을 충원하는 데 쓰였다. VFX가 수작업으로 이루어지기 때문에 인력 충원은 생산설비를 갖추는 것만큼 의미 있는 일이었다. 실제로 20명 정도 인력 충원이 있었고, 〈해적〉, 〈몽키 킹〉, 〈지취위호산〉 등 여러 작품을 동시에 수주하며 작업을 진행할 수 있었다. 이밖에도 LB인베스트먼트는 중국 법인 설립에도 도움을 주었다.



한비자에 나오는 구절이다. “세상에서 가장 그리기 어려운 건 개와 말이고, 가장 그리기 쉬운 건 귀신과 도깨비입니다. 개와 말은 가까이서 보고 만지므로 조금만 달라도 ‘이건 개가 아니다’라는 말을 듣지만 귀신과 도깨비는 아무도 본 적이 없으니 어떻게 그리든 사람들은 믿을 수밖에 없게 됩니다.” VFX에서 디지털 휴면을 만들기 어려운 이유도 이와 똑같다. 사진은 시그라프에 초청된 〈SOMEONE〉의 영상 일부.

“왜 할리우드로 직접 진출하지 않고 중국을 택했는지 많은 분들이 질문을 던집니다. 할리우드에 가서도 충분히 경쟁력이 있지 않느냐는 얘가지요. 물론 맞는 말입니다. 그러나 우리는 다른 방법을 택했습니다. ‘이이재이’, 즉 중국을 움직여 미국을 제압한다는 시나리오입니다. 현재 중국의 영화 시장은 세계 2위입니다. 하지만 1등이 되기까지는 얼마 남지 않았지요. 중국 영화가 세계 1등이 되면 미국은 자연스럽게 중국으로 들어오려고 하겠지요. 그런데 이미 우리가 중국을 선점하고 있다면? 품질은 똑같고, 가격은 훨씬 싼 한국 업체가 선점하고 있다면 어떻게 될까요? 미국을 넘어서는 일은 사실 어려운 문제라고 생각하지 않습니다. 만일 우리가 중국을 휘어잡을 수만 있다면 말이죠.”

텍스터의 중국 진출에 대해서는 윤석완 CFO를 빼놓고 이야기할 수 없다. 윤석완 CFO가 완다 그룹을 설득하는 데 중요한 역할을 했다. 완다 그룹은 중국에서 영화관을 가장 많이 보유하고 있는 회사다.

“완다 그룹의 왕젠린 회장에게는 왕쓰총이라는 아들이 있습니다. 아무나 만나 주지도 않고, 약속도 쉽게 잡아주지 않지요. 그런데 어느 일요일 윤석완 CFO를 만나러 왔습니다. 처음에는 업체를 넘기라고 했다더군요. 그건 아니다 싶어 이야기를 끝내려고 했는데 왕쓰총이 저를 만나겠다고 한국으로 건너왔습니다. 처음에는 500만 달러 정도만 투자 반자고 생각했습니다. 그런데 왕쓰총이 제시한 투자액은 2,000만 달러였습니다.”

김용화 대표는 완다 그룹의 비전을 듣는 기회를 가졌다. 그들은 중국뿐 아니라 전 세계 영화관의 20%를 차지할 계획을 갖고 있었다. 중국에서는 이미 최대 영화관 보유사가 되었고, 2012년 세계 2위의 영화관 운영사인 미국의 AMC를 인수한 데 이어 2015년에는 호주 2위 영화관 체인업체 호이츠그룹을 인수했다.

“완다 그룹의 이야기를 가만히 듣다 보니 이들에게 콘텐츠 제공업체가 필요하다는 생각이 들었습니다. 저도 텍스터를 단순히 VFX 회사로 키우고 싶은 생각

텍스터가 하는 일은 사람들의 눈을 속이는 마술사와 비슷하다. ‘합성’이라고 눈치 채지 못할 때 리얼리티가 전달된다. 그런 맥락에서 텍스터의 진정한 경쟁자는 2015년을 살아가는 현대인의 눈이다. 김용화 대표는 ‘지금의 TV보다 더 큰 화면으로, 더 좋은 음향으로 영화를 관람하는 시대가 될 것이다. 그때 하이퍼 리얼리티를 구현할 수 있는 VFX 업체에 더 많은 기회가 올 것으로 내다보고 있다.’고 말했다.





[Company History]

- 2011. 12 - 텍스터스튜디오 설립
- 2012. 5 - 벤처기업 인증
- 2012. 11 - 텍스터워킹숍 인수
- 2013. 5 - LB인베스트먼트 30억 원, 유니온투자파트너스 10억 원 투자
- 2013. 12 - 회사명을 텍스터로 바꿈
- 2013. 12 - KTB네트워크, 대교인베스트먼트 60억 원 투자
- 2014. 3 - 'Creative R&D 센터' 허가
- 2014. 4 - 중국 자회사 텍스터차이나 설립
- 2015. 4 - 중국 완다그룹 계열 투자사 프로메테우스 1,000만 달러 투자

은 없었습니다. 시각효과는 캐시카우고 최종적으로는 콘텐츠를 생산하는 아시아의 워너브라더스 같은 회사를 만들고 싶었죠. 그런데 마침 완다 그룹이 극장을 확대하고 있었으니 이보다 더 좋은 파트너도 없겠다는 생각이 들었습니다. 당시 중국의 모 기업에서도 우리에게 투자하고 싶다는 얘기가 있었지만, 완다 그룹이 더욱 매력적으로 다가왔지요.”

2015년 4월 완다 그룹은 1,000만 달러를 투자하며 텍스터의 2대 주주가 되었다. 당시 텍스터는 이미 서극, 오우삼, 왕중진, 왕중레이 감독 등 중국의 내로라하는 인사들과 관계를 맺고 있을 때였다. 한편 텍스터는 올 하반기 상장을 추진 중에 있다.

“아, 물론 저는 여전히 영화감독입니다. 오늘도 〈신과 함께〉(웹툰 원작) 시나리오를 쓰다가 나왔죠. 사람을 지옥에 보낸다는 것이 핵심인데 이걸 어떻게 구현할 것인지 영화계에서도 많이들 궁금해 하고 있습니다. 멋진 지옥을 선사하고 싶은 게 제 소망입니다.” **K**