

EL IMPACTO DE LOS STREAMERS EN LA POSTPRODUCCIÓN

Con el impulso que los nuevos streamers le han dado a la producción audiovisual local se ha disparado la necesidad de contar con empresas de servicios audiovisuales con capacidad de crecimiento y rápido escalado. Telson Tres60 ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos. Hablamos con Ignacio M. del Campo, Director de Operaciones

por Eva Baltés

LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA ES NUESTRO NEGOCIO TRADICIONAL

Telson, con 45 años de historia, es el estudio de postproducción de imagen y sonido con más solera de España. Prácticamente toda la profesión ha pasado en algún momento por sus instalaciones de la calle Alcalá de Madrid, renovadas en 2019 con tecnología Dolby Atmos Home y Dolby Vision. Desde allí prestan servicio a empresas nacionales e internacionales de cine y ficción televisiva pero también del ámbito publicitario, audiovisual corporativo y de play-out (desde allí se emiten una decena de canales temáticos en diferentes plataformas). TELSON forma parte de Tres60, una marca que, con la adquisición de la compañía por parte de Grupo Mediapro, va perdiendo visibilidad. Sin embargo, ha incrementado notablemente su actividad en los últimos años debido al impacto de las plataformas en el aumento de la producción audiovisual local. Hablamos con Ignacio M. del Campo, Director de Operaciones de Tres60.

¿Qué ha significado para Telson el aumento sostenido de la producción audiovisual local impulsada por las plataformas?

La evolución más gorda, seguramente, en la postproducción de ficción de la historia es la de las plataformas en estos últimos cinco años. Lo han



cambiado todo. La emisión es diferente y además hay otro tipo de exigencias muy distintas con respecto a los flujos de trabajo y a las necesidades técnicas que se tenían hace cinco años. Todos estos procesos están creciendo a la vez que nosotros estamos creciendo.

¿Dónde se ha producido el mayor impacto?

El "boom" de las plataformas lo primero ha metido mucho más volumen de trabajo del que teníamos. En producción de ficción el negocio es mucho mayor, pero también la exigencia es mucho mayor: No tienen nada que ver las series o las películas que se producían en España hace 10 años con las que se producen hoy. No tiene nada que ver *Doctor Mateo* con *The Head*, que estamos haciendo, o *Marea negra* o *Paraíso*. La exigencia técnica es muchísimo mayor. Y esto se complica además porque habido un cambio muy sustancial tanto en sonido como en imagen. Los formatos son mucho más pesados porque tienen mucha más calidad que afecta todo tu flujo de trabajo: al almacenamiento, a la gestión de materiales... Desde la llegada del Ultra HD, del HDR y del 4K en la parte de la imagen los trabajos son totalmente diferentes y en la parte de sonido, lo mismo, sobre todo con la inclusión del Dolby Atmos.

¿Esa exigencia técnica es similar en el mercado?

Tienes que certificarte para poder trabajar con las pla-



Arriba, desde la izquierda: Eduardo Castro (diseñador de sonido), Alberto Ovejero (mezclador), Valeria Arcieri (mezcladora) y Pelayo Gutiérrez (supervisor de sonido). Abajo: El buen patrón. Telson fue nominado al mejor sonido en los Goya y los premios Macondo

taformas, que no trabajan con cualquiera. Esos niveles de exigencia solo los pasan los estudios como nosotros que hacemos una inversión tecnológica muy importante y que tenemos el talento necesario para que eso funcione. La llegada de las plataformas nos impacta primero con las exigencias tecnológicas y después con la generación de contenidos propios, multiplicando la exigencia técnica y humana que necesitamos para hacer el trabajo final. Antes las series de televisión eran series para televisión que no tenían nada que ver con el cine. Hoy prácti-

camente cualquier serie de producción propia de cualquiera de las plataformas tiene la exigencia técnica, tanto de imagen como de sonido, del cine. Pero una serie son ocho capítulos de 50 minutos, es el triple. Y los tiempos son los que son, porque además la competencia tan importante que había entre las distintas plataformas hacía que todas quisieran estrenar lo más rápido posible y en las mejores condiciones posibles. Y nosotros somos la traca final del espectáculo.

¿Cómo han afrontado este rápido incremento en la I→

EL SONIDO EN LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN



Telson tiene dos salas con Dolby Atmos certificado. En la pasada edición de los Goya estuvieron nominados por las películas *Modelo 77* (Sonido) y *Competencia Oficial* (Fotografía, en la foto). Es el equipo de Pelayo Gutiérrez el que se ha encargado del diseño de sonido en ambos casos. Nos cuenta que *Modelo 77* fue un reto debido a que «intentamos conseguir que el espectador se sintiera un preso más dentro de la cárcel a través del sonido». Una cárcel con presos, peleas, motines y 400 presos gritando a la vez. *Competencia Oficial*, que no estuvo nominada por Sonido, es todo lo contrario. Nos dice Pelayo Gutiérrez que tiene cuatro secuencias con un sonido muy narrativo porque el resto se desarrolla en una localización, en un sitio donde van a hacer los ensayos, muy amplio: «Es una película donde el sonido juega mucho con el punto de vista del espectador y sobre todo con las sensaciones del actor».

exigencia técnica?

La responsabilidad que tenemos es muy alta. Y ahora cada vez más que los efectos visuales, el 3D, cobran una importancia mayor. Todo el mundo quiere hacer una producción con los mejores efectos visuales, con el mejor color, con los mejores levantamientos en 3D y además muy rápido porque son para series, no para cine que tienes más tiempo de postproducción. Ese nivel de exigencia obliga a que estés permanentemente actualizado y en el mercado. La innovación tecnológica es nuestro negocio tradicional, tenemos que estar innovando permanentemente y lo hemos hecho de toda la vida

con lo cual esa adaptación a nosotros no nos ha costado mucho.

¿Y con respecto al talento?

No tenemos gente reconvertida de una cosa para hacer otra, tenemos especialistas en publicidad y especialistas en ficción. Hasta el punto de que hemos distribuido salas de publicidad y salas de ficción; hay salas de color para publicidad y salas de color para ficción y salas de sonido para publicidad y salas de sonido para ficción. Aunque luego lógicamente no son compartimentos estancos, pero lo hemos especializado y profesionalizado porque creemos que es importante. Una parte

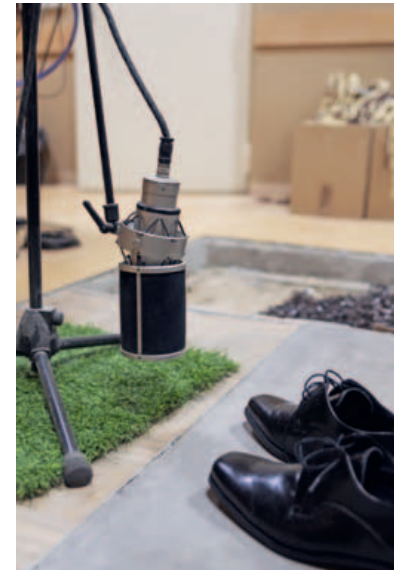
NO TENEMOS GENTE RECONVERTIDA DE UNA COSA PARA HACER OTRA, TENEMOS ESPECIALISTAS EN PUBLICIDAD Y ESPECIALISTAS EN FICCIÓN

importante de nuestro crecimiento es que teníamos al mejor técnico de sonido de publicidad de este país que es Antonio Álvaro, que es una institución y un veterano, pero no teníamos una cabeza visible importante en sonido en ficción. Entonces hace 4 años nos trajimos a Pelayo Gutiérrez, que es uno de los diseñadores de sonido más importantes de este país con 16 nominaciones con la de este año a los Goya y tres premios Goya, y a una parte de su equipo. Con él hicimos crecer el departamento de sonido de ficción.

¿Cómo les influyó la pandemia de 2020?

Durante ese tiempo hicimos dos cosas fundamentalmente. Creamos un sistema de doblaje remoto que nos permitía hacer los ADRs (ADR es el acrónimo de Automatic Dialogue Replacement), los doblajes, en casa de los actores exactamente igual que si estuviesen en el estudio, en tiempo real. Un

invento que se llamó ADRA (ADR at home) y con el que trabajamos incluso en Argentina en tiempo real en remoto con el director en su casa, el actor en la suya y nuestro técnico en el estudio trabajando exactamente igual que si estuviesen metidos dentro del estudio. Y luego, la primera reunión que nosotros hicimos sobre posibles con-



secuencias de la pandemia fue a mediados de febrero del 20 y con nuestro departamento de ingeniería creamos todo un sistema de teletrabajo para que todo el mundo pudiese trabajar desde su casa. En el caso en que tuviéramos que hacer el “kick-off” nosotros ya teníamos el sistema montado de forma que pudiesen trabajar en tiempo real con las máquinas en su casa contra las máquinas de TELSON, de forma que además garantizase los niveles de seguridad, que esta es otra de las cosas que han cambiado profundamente en el ámbito de la ficción.

La industria de la publicidad también ha ampliado formatos en los últimos años gracias a los soportes digitales, especialmente de video. ¿Cuál ha sido el impacto para Telson?


El mercado de la publicidad es distinto de lo que era hace unos años porque la exigen-

Desde arriba, el trabajo sobre las imágenes de Operación Marea negra y Todo por el juego. Izquierda: cómo se crean los efectos sonoros

cia de inmediatez es mucho mayor, es un servicio 24/7. Ha cambiado radicalmente con la llegada de las plataformas, le ha afectado mucho la desaparición por estrangulamiento o el adelgazamiento de los canales lineales, los canales convencionales, incluso de los canales temáticos. Encuentran menos salida porque hay menos canales, se están sustituyendo por el video bajo demanda; luego menos publicidad en televisión descende el negocio. Se suma además que hemos pasado dos crisis muy seguidas, hemos pasado unos años en que el mercado publicitario estaba declinante, aunque parece que para 2023 las expectativas son mayores. Sin embargo, la calidad que se pide hoy es inferior a la que se pedía entonces. Ahora gran parte de la publicidad va a redes sociales y lo que nosotros defendemos es que cuando va a redes sociales la plataforma, el soporte de consumo, es un

teléfono móvil que es un 4K y muy poca gente tiene un televisor 4K en su casa. Por lo tanto, la calidad al usuario final tiene que ser mayor, pero tenemos ese concepto de que lo que va a redes sociales puede ir un poco más liviano.

Y adicionalmente al negocio audiovisual tradicional y dado que están de moda el metaverso, la realidad virtual o los videojuegos ¿tienen proyectos relacionados con estas áreas tecnológicas?

Estamos trabajando en algunos de esos temas, en algunos directamente desde Telson y en otros dentro del grupo. En la parte de Virtual Production hay una división dentro de Mediapro que gestionamos también desde Telson, que es una división nueva, de nueva creación, que se dedica a la producción virtual pura. Estamos haciendo varias cosas, algunas las veréis muy pronto. 

©Telson