



Perspectivas 2008

El 2007 ha traído diversas cosas importantes, por lo es previsible que el 2008 aumente aún las novedades. Creo que centrándose en las tres fases del audiovisual, podemos focalizarlo en tres novedades importantes:

- Producción: la esperada Red One ya funciona
- Posproducción: el programa Color
- Distribución: la llegada del 3D a las salas comerciales y el inicio de la digitalización.

Estas tres cosas, y algunas más, tendrán sus propias consecuencias, que intentaré explicar (siempre, claro, desde mi punto de vista).

PRODUCCIÓN

Red One, por fin

La [Red One](#) ya está operativa. Y la noticia es que funciona. En verano, Soderbergh estuvo en España y otros países rodando con ella (con un equipo reducido..., reducido según la visión norteamericana de las cosas). Pero ya hay productoras y casas de servicio que la ofertan.

La primero señalar algunas de las ventajas de esta cámara: graba en 4K, formato RAW comprimido a algo más de 200 mbs (27 MB en sus especificaciones). Este codec, (*redcodec*) es compatible con Final Cut y crea una serie de proxies de menor calidad (2K, etc.) que permiten un flujo de trabajo muy cómodo (con programas proporcionados por la casa, como el RedAlert y el RedCine). Asimismo, nos permite grabar en discos duros casi caseros, pues ese flujo es soportado incluso por equipamientos con conexión USB 2.0.

Grabar en RAW significa que apenas se toca nada en cámara, sino que se deja todo para la postpo: al [abrir](#) el archivo en el ordenador es donde vamos a elegir el diafragma, por ejemplo. También tendremos que convertir estos RAW en un quicktime que pueda leer nuestro editor.

La resolución 4K es casi comparable a la del negativo de 35 mm (que algunos estiman en 6K), y al parecer consigue una latitud y una profundidad de campo muy similares. Pero si consideramos que casi todo el trabajo actual de postpo cinematográfico se hace en 2K por motivos de ergo/economía (el 4K es caro y poco manejable), tenemos que un 4K nativo puede competir perfectamente con un 35mm convertido digitalmente a 2K. ¿Significa el comienzo del fin del negativo? En mi opinión, y a la espera de la contraofensiva de precios de Kodak, es más que probable.

El precio es también el otro argumento. No nos engañemos: no [vale](#) 15.000 euros, pues hay que añadirle una serie de accesorios, además de los objetivos. Pero aún así, tener un cámara de esa calidad por 40/50.000 euros, es todo un reto para la industria de equipamiento. Sólo pensar que la alternativa de Sony, la F23, casi triplica ese precio (y es “sólo”¹ 1080 RGB). Pero dado que la Red ofrece también salidas 2K, HD RGB y HDTV, conectables a discos duros o magnetos profesionales, vemos que no sólo puede destinarse a la Cinematografía Digital, sino también competir con los formatos profesionales de HD (Varicam, Hdcam, etcétera). Es también un aviso al sector de la HDTV.

Por esa razón, ya corren rumores que los grandes de la industria (Sony, Panasonic, Arri, etc...) están preparados equipamientos 4K de similar calidad y con precios para competir con este advenedizo que es el equipo de Red.com.

Y quizás esto sea lo más interesante que nos puede traer el 2008: la respuesta a la Red One.

¹ Manda narices que al referirnos a una señal 1080 RGB tengamos que decir “sólo”.

Gama baja

Por otra parte, en el segmento de cámaras de gama baja, ha aparecido la novedad de la Sony XDCAM EX, de la que ya hablé hace algunos *post*. Nacida para competir con la popular HVX 200 de Panasonic, con la novedad, para este segmento, de chips captadores de 2/3 nativos a 1920x1080 reales.

Los 1920 reales ya es un gran detalle. Tenemos que recordar que, hasta ahora, incluso en formatos profesionales como HDCAM o Varicam, la resolución estándar de HD de 1920x1080 no era nativa: se trataba en realidad de formatos 1440x1080 con el “truco” de usar un píxel no cuadrado (*pixel aspect ratio non-square*, en el metalenguaje al uso). Era, dicho de alguna manera, un sistema de “muestreo anamórfico”. Por lo que contar, por fin, con 1920 líneas horizontales en píxeles cuadrados (*square*) es una gran noticia. Y más en un equipamiento de menos de 6.000 euros.

“Tape-less”: El fin de la cinta

A esta novedad le sucederán, como en el caso de la Red One, otras de la competencia que harán más jugoso el asunto. Pero la conclusión a la que ya se puede ir llegando es que los límites de la calidad están dando un salto muy grande. Este salto viene determinado por el principio del fin del que era el embudo actual de la tecnología IT: la grabación en cinta. La cinta tiene el límite de su propia fisicidad: en equis milímetros o pulgadas de material magnético, que corre a tantos metros por segundo, siempre habrá un límite. La grabación en disco duro no tiene ese horizonte, o mejor dicho, es permanentemente ampliado por las novedades en la industria informática: discos cada vez más veloces, más capaces, más pequeños, menos costosos, y con menos consumo, unido a conexiones cada vez más rápidas.

RGB

Por eso, no será de ilusos pensar que en los próximos meses la competencia entre los grandes del sector y los ambiciosos *parvenús* nos lleve a abandonar, en los equipos de grabación, uno de los estándares intocables de la televisión: la grabación con muestreo en 4:2:2 (YUV) que después de todo no es más que la pérdida de la mitad de información de Crominancia y uno de los mayores TPC de los profesionales.

Esta grabación, al igual que los 1440, o la dicotomía interlazado/progresivo, tenía sentido cuando el límite de transferencia de datos estaba marcado por una cinta magnética que no daba para más. Pero en el fondo, sólo encarece el proceso, pues obliga a la cámara a una masterización interna para TV que además es una gran pérdida de calidad. En el fondo, trabajar todo en RGB será más fácil, práctico y económico para todos. Y si encima soluciones como la grabación en RAW permiten flujos de datos asombrosos, mejor que mejor².

Así que me apuntaré una medalla si en el 2008, máximo en el 2009, podemos empezar a ver que todos los nuevos equipamientos ya permitirán trabajar no solo en

² Hay que pensar que si el redcodec permite grabar 4K en 27 MB (216 mbs), una señal de 2K o de 1920x1080 podría dejarse en cuatro veces menos, es decir, en torno a los 50 mbs. ¡Lo mismo que el DVCPRO PAL!

1080 nativos, sino también directamente en RGB, al igual que todas las cámaras ya ofrecen grabar en progresivo. Y la conversión a 4:2:2 se dejará, como es lo lógico y sensato, para el proceso final de emisión y distribución de la señal cara al público, que es verdaderamente el único proceso donde ahora mismo se necesita.

POSTPRODUCCIÓN

Ofensiva Apple

En el campo de la postpo, la ficha la ha movido Apple con la inclusión de la herramienta Color en su suite de edición Final Cut Studio Pro.

La herramienta, específica para colorimetría (*finishing* y *colorgrading*, en lenguaje *cool*), es toda una bofetada a la industria por, una vez más, su precio: todo el paquete cuesta algo más de mil euros, cuando soluciones similares de prestación estaban saliendo por 70.000 € o más (hardware+software)..

El programa es más que interesante. Permite realizar con calidad 2K en un ordenador no excesivamente caro, trabajos de colorimetría, etalonaje y corrección que antes era inaccesibles para la mayoría de las producciones. Más calidad, mejores terminaciones y, también, más trabajo para el que se avive. Muchas series de televisión que no se planteaban un trabajo de *finishing*, ya lo están haciendo.

Al Color le falta quizá un *upgrade* o dos más para que todo funcione OK, pero, como en el caso de la Red, el reto está en lo que hará la competencia.

Unido también a Apple está el codecProRes, que seguramente se puede convertir en un estándar en las plataformas Mac. Gran calidad, con un flujo de datos no excesivo.

Mundo Avid

Avid ha sacado también un nuevo codec de la familia DNxHD, a 60 mbs, pensado para trabajos offline en Alta Definición. El problema de Avid, a mi entender, en que no sabemos bien cuál va a ser su postura. Avid sigue siendo un gran programa de edición, pero la gente joven no tiene acceso a él y no lo aprende (no le estaría mal una renovación de la interface).

Pero un programa que hoy en día sólo ofrece montaje, no sirve de mucho (la "suite" que sacó con el Xpress Pro era lamentable, la verdad). En composición, colorimetría e integración, no ofrece una solución clara. El Nitris se ha quedado fuera de juego él sólo. Y Avid, por su propio negocio, no puede bajar precios para competir con Final Cut o con Première. ¿Se centrará, como parece, en ser una empresa pensada para redes de manejo de *media*, pensado para corporaciones de televisión y no para el consumidor final?

Para todos aquellos que hemos disfrutado tantos años de la estabilidad y fiabilidad de un sistema Avid, sería una gran lástima.

DISTRIBUCIÓN

Llega la estereoscopia.

La novedad de este año ha sido el esperado estreno de una producción comercial norteamericana en sistema de estereoscopia 3D.

Sin embargo, en España, no llegaron a 10 los cines con este sistema. Hablando con los responsables de los cines, se mostraron contentos, pues el público acudió al reclamo, pero también me dicen que hubiera funcionado mejor si en vez de 10, hubieran sido 100 pantallas con 3D. Pero el caso es que en el 2008 no habrá muchas más producciones en 3D, y habrá que esperar al 2009 para tener un flujo de contenidos más constante. Siendo, así, ¿quién se gasta los casi 100.000 euros que cuesta el equipamiento estereoscópico de proyección?

A vueltas con el VPF

El asunto es que ni en este caso ni, al parecer, en el 2D, las majors norteamericanas quieren entrar en un acuerdo de Virtual Print Fee.

Básicamente, el VPF permite derivar el ingente ahorro que supone para productoras y distribuidoras el *delivery* digital (transporte y tiraje de copias), en la compra del costoso equipamiento digital que precisan las salas de exhibición. Un acuerdo que teóricamente beneficia a todos excepto a los laboratorios, que desaparecen del negocio del cine tras 100 años de sociedad (o se transforman, más bien: véase el caso de Technicolor, que ya ofrece su VPF).

Pero un sistema de distribución digital en salas es también una oportunidad para que nuevos competidores le quiten cuota de pantalla y taquilla (actualmente hasta el 80% o más) al producto *major* norteamericano. Después de todo, el negocio del cine se basa en lo que llaman P&A, es decir, *Prints and Adds*, Copias y Publicidad. Derivando el ahorro de tiraje de copias a una mayor promoción publicitaria, un distribuidor independiente puede empezar a pensar en sacar estrenos con 300 o más copias capaces de competir en taquilla y aceptación con el intocable producto *major*³. Y puede hacerlo sin necesidad de poner en riesgo de quiebra a su empresa (pues el cine es un negocio más que arriesgado).

Pero no sólo tendrán la competencia de otros distribuidores, sino que una sala de cine equipada digitalmente se convierte en otra cosa. Hasta ahora, con el 35mm, sólo se exhiben largometrajes de ficción y algún documental. Con un equipamiento digital, el campo se abre: eventos deportivos y musicales en directo, por ejemplo. Este año, Yelmo y otras cadenas de cine ya ha experimentado en este sentido, como la exhibición en directo de los conciertos de Héroes del Silencio. Pero también se ha

³ cada vez más aburrido y falto de ideas, por otra parte: como sigan así, en el 2012 veremos Spiderman XII

exhibido ya el Campeonato de Fútbol, la Copa América o la Fórmula 1, por ejemplo. Y es algo que irá a más⁴.

Dado que un Madrid-Barça retransmitido un sábado a las 22 horas en salas, puede retirar de cartel incluso a la producción cinematográfica más pintada, es lógico que las *majors* huyan de cualquier cosa que acelere la digitalización de las salas y, por ende, la pérdida de puntos en su cuota de pantalla. O, por lo menos, no están dispuestos a colaborar financieramente en ello. En juego están los 2.000 millones de euros que anualmente salen de las taquillas europeas directamente para Hollywood, 200 de ellos o más propiamente españoles.

¿Una solución digital?

Por esa razón, la implantación digital sólo tiene dos vías:

- Una, que los propios cines paguen el equipamiento, como ya ha decidido la importante cadena europea de Kinépolis. Algo que tiene sus riesgos, y que entra en una guerra económica entre los propios exhibidores, pues no todos pueden asumir el coste.
- O que se pase de las *majors* y su extravagante (por llamarla de algún modo) normativa DCI y los poderes públicos tomen cartas en el asunto y aclaren las reglas de juego con una normativa clara, sencilla y abierta.

Ahora, que conociendo el país, ¡y el ganado!, yo no puedo ser optimista.

Internet sí, pero...

Eso sí: en distribución, siempre nos quedará Internet... Pero, ¿para cuándo?

Internet sin duda va a cambiar radicalmente el modo de hacer y de entender la industria audiovisual (cine, video y televisión incluidos). Y lo va a cambiar porque lo que altera es la estructura financiera del mundillo: adiós al sistema de adelantos y de compras de derechos por territorios y ventanas; adiós también a las antenas emisoras y adiós a gran parte de la intermediación, de la distribución tradicional y de los "gatekeepers".

Pero, hasta ahora, tampoco ha demostrado que vale. No hay financiación o amortización en internet para un largometraje o una serie de televisión. Las ventas en VOD (vídeo bajo demanda) son ridículas, el micropago no se ha implantado, ni nadie paga un MG (un adelanto) a ningún productor.

Por esta razón, un productor como Almodóvar no coloca su catálogo en la red. Pero, sin que lo sepa, está perdiendo dinero a espuestas, porque tanto él (que es un

⁴ A parte del uso de las salas para convenciones, eventos empresariales, aulas temáticas, presentaciones de productos, etc...

productor exitoso) como el resto están pensando en un cine no digital que, sinceramente, está tocado de muerte.

Lo diré alto y claro: el Cine, tal como lo conocemos, ha muerto: ¡Viva el Cine!

Ahora, eso sí, un dato apunta el cambio: en países como Gran Bretaña, las grandes empresas ya gastan el 20% de su presupuesto de publicidad en la Red. Y, como todo el mundo sabe, los que vivimos del audiovisual vivimos realmente de la inversión publicitaria.

CONLUYENDO: ¿QUÉ FUE DE LA REVOLUCIÓN DIGITAL?

Dicho todo esto en loa de la Red One, del Color, del futuro de Internet y de todo lo demás, y previendo que saldrán nuevas y mejores novedades a lo largo de los próximos meses, la verdad es que personalmente me empieza a aburrir hablar de cámaras y equipamientos. Sí, todos muy monos, cada vez mejores y más baratos, ¿pero para cuando algo nuevo en el mundo cinematográfico? ¿Para cuando una Revolución en lo que es de verdad el cine, es decir, en los contenidos?

Cuando abrí La Mecánica Audiovisual⁵, hace ya la vertiginosa cantidad de cuatro años y medio, el lema era “Tú, ¿qué haces por la Revolución Digital?”.

Hoy en día, la pregunta sigue sin respuesta. Sólo en Internet, con el nuevo formato de web-episodios y alguna cosa más, parece bullir algo. Pero poco más. Legiones de “nuevos” creadores se han lanzado a producir con el viejo lema de los caramelos *emanems*: M&M, “Más de lo Mismo”.

El resultado es una cutrez cada vez más espantosa. Nadie se molesta en aprender un poco e intentar sacar el mayor partido a unas herramientas cada vez más interesantes y accesibles. Cámara en mano, todo vale, aunque está desenfocado, falto de luz o no se oiga nada. Y si alguien se anima a poner la cámara sobre un trípode e iluminar con cierto sentido, es para contarnos una historia mil veces ya contada (y generalmente, *mejor* contada).

La “generación Youtube” sufre de un sarampión adolescente que espero que mejore. Lo interesante de Youtube o Myspace, es el fenómeno de sus espectadores, más que de sus creadores. Y es ahí donde debe estar el futuro, así que saca la caña y empieza a pescar, pero con criterio.

⁵ Luego DOG, luego ya veremos: anunciaré novedades en breve.

La clave de Internet: la calidad.

Porque si Internet supone una esperanza, cierta, para la producción independiente, también supone un enorme reto: la superproducción.

En un momento en que producir un largometraje puede costar menos de 6.000, incluyendo los bocadillos del equipo⁶, el reto será destacar entre los 2.000 o 3.000 posibles competidores que han tenido la misma idea que tú: esto es, hacerse rico y famoso.

Para el cine comercial, que se encontrará en la misma tesitura, la opción será gastar aún más dinero en promoción y publicidad para hacerse visible en la gran tela de araña que es la web. No nos extrañemos que si hoy en día una producción *major* destina hasta el 50% de su presupuesto a promoción, acabe subiéndolo al 70% o más.

Estos porcentajes son impensables para el creador independiente. Pero al mismo tiempo tendrá algo a su favor: ya no necesitará un sistema de *best/fast selling*, pues en Internet los estrenos ya no duran dos semanas en cartel o un par de días en el anaquel privilegiado del video club o los grandes almacenes. Duran lo que dure la demanda, es decir, que puede, y debe, convertirse en un “long-seller”: tener 40.000 descargas o vender 10.000 DVD es factible, y hace rentable la inversión, pero podrá hacerse en un plazo de tres, cinco o diez años, no necesariamente en dos fines de semanas. La propia idiosincracia “viral” de la web lo permite y hasta lo fomenta.

Claro que si pensamos en “long-seller”, tenemos que pensar en calidad. La primera edición de las “Sonatas” de Valle-Inclán vendieron algo menos de 50 ejemplares, 20 de los cuales los compró el propio autor, según su propia confesión... Sin embargo, cien años después, la suma de todas sus ediciones supera con creces al Código Da Vinci y treinta best sellers más. Ahora bien: ¿quién comprará el libro de Dan Brown dentro de cien, cincuenta o incluso diez años?

A mi modesto entender, si apostamos por calidad, apostaremos sobre seguro. Lo demás es puro *show bussines*, je, je...

Feliz 2008

Jorge CARRASCO
jorge@cinemaon.info

*Este artículo se distribuye para la lista
Cine Digital.
www.cinemaon.info*

⁶ Que sean 60.000 €, incluyendo sueldos en vez de los 600.000 del 35mm.