



**sabadell  
universitat**

**INFORMACIÓ  
REFLEXIÓ  
DEBAT  
CONEIXEMENT**

**QUARTA EDICIÓ DE SABADELL UNIVERSITAT  
DEL 4 AL 8 DE JULIOL DE 2005**

## **Evolució de les tècniques d'animació**

### **S4. LA FORMACIÓ, PRODUCCIÓ I DISTRIBUCIÓ DE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA**

David Cid  
Sabadell, juliol de 2005

organitzadors:



Ajuntament  
de Sabadell



Universitat  
Autònoma  
de Barcelona



UOC  
Universitat Oberta  
de Catalunya  
www.uoc.edu



Fundació  
Parc Taulí  
Institut Universitari UAB



Centre d'Innovació i Formació  
Tecnològica  
UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

patrocinadors:

Fundació  
BancSabadell



FUNDACIÓ  
Caixa Sabadell

## Evolució de les tècniques en l'animació publicitària

Quan utilitzem animació, a primer cop d'ull pensem en els més petits, i de fet quan neix la televisió, els spots d'animació anaven dirigits al públic infantil.

A Espanya, quan hi ha l'expansió de TVE l'any 1962, naturalment les emissions són en blanc i negre. I els primers spots publicitaris d'animació, majoritàriament dirigits al públic infantil, també és realitzen en blanc i negre. En aquell temps estem parlant de la tècnica estrictament cinematogràfica, les còpies d'emissió s'enviaven en 35 mm.

La referència dels 60 en animació ja era Walt Disney, i parlar de dibuixos animats era associar-ho al creador d'un dels imperis més importants d'aquest món.

Utilitzar l'animació per a un públic més adult depenia de l'atreviment dels creatius de les agències de publicitat, però es començava a fer, gràcies a les influències de l'animació dels països de l'Est.

El cinema era en color, però la televisió, en blanc i negre.

El que avui són capes de Photoshop, en animació eren acetats pintats amb pintures de guash i làtex, que permetien sobreposar-los sobre un fons pintat, per després reproduir-los pas a pas en una càmera.

En publicitat, normalment és preferencial mostrar el producte amb el màxim realisme; en els inicis de l'animació publicitària s'havia de recórrer a fotografies retocades amb aerògraf, que servien de *background* per sobreposar-hi els acetats amb l'animació.

Als anys 70 l'arribada del color revoluciona el mercat publicitari en tots els aspectes.

Amb trucatges, es comença a integrar dibuix animat amb imatge real; Estats Units i Anglaterra tenen la millor tecnologia.

La pel·lícula *Roger Rabbit* posa molt de moda l'integració d'imatge real amb dibuix animat, utilitzant ja tècniques de postproducció. La marca Quantel inicia amb el Harry una autèntica revolució en el camp del trucatge. Més tard, sota el sistema operatiu Unix, Silicon Graphics ofereix unes plataformes per a diversos software.

A mitjans 80 ja hi ha els primers software de 3D, però fins als 90 no es comencen a utilitzar professionalment. Bàsicament s'utilitzen per a presentacions de logotips, com a eina d'arquitectura i de disseny industrial, però també es comencen a animar personatges, encara que les eines són limitades. L'evolució del software és molt ràpida, i avui en dia podríem dir que ja no hi ha res impossible.

Els estudis Disney ja han deixat de produir en 2D. Avui les seves produccions en 3D van posant cada vegada el llistó més alt. I les influències de les seves produccions es veuen reflectides en la publicitat.

Fa uns cinc anys una producció publicitària realitzada en 3D era més costosa que una producció en 2D; avui els costos són equiparables, i ben aviat una producció en 2D serà més costosa.

Els nous animadors ja neixen amb el 3D, la majoria dels animadors que dominen la tècnica tradicional del 2D ja són veterans.

Dominar les dues tècniques avui en dia és un gran avantatge. Hi ha molts animadors que fa deu anys només feien animació tradicional, i avui també s'han reciclat en l'animació 3D. Una vegada conèixen el software, els resultats són molt bons, ja que tenen molt més concepte.