

estètic que es dóna als mitjans de comunicació, considerat des de tres aspectes:

1. Des del judici estètic i la seva constatació empírica.
2. Des de la base fisiològica que la fa possible (potència i possibilitat).
3. Des de la cultura.
 - 3.1. Com a aprenentatge (experiències).
 - 3.2. Com a eina (tecnologia, destreses).
 - 3.3. Com a expressió de la individualitat (creativitat).

Les noves tecnologies de la comunicació obren un nou camí de possibilitats per a la llibertat d'expressió i la lliure transmissió de continguts estètics i ideològics. Aquest estudi, així mateix, manifesta la peculiar intervenció que el fenomen estètic realitza en el pla mediàtic i econòmic i posa en relleu, de manera implícita, la seva importància en alguns aspectes: conservació de la cultura com a defensa de la identitat col·lectiva i de la pròpia individualitat; impuls a la pluralitat i a la capacitat expressiva (creativa) de les identitats culturals existents.

La transició del sistema analògic al digital de les productores audiovisuals a Galícia

Mónica Valderrama
Universidade de Vigo

La producció publicitària digital en el sector audiovisual gallec és encara escassa i es reconeix en fase d'iniciació després de l'anàlisi realitzada en el projecte *Producción publicitaria digital en Galicia*,¹ que és una recopilació de les primeres passes donades per les productores de vídeo de la comunitat que han hagut d'encarar-se amb un ràpid desenvolupament tecnològic i que s'han vist immerses en una presa constant de decisions per a anar deixant enrere l'encara existent equipament analògic i substituir-lo per eines digitals que van de les càmeres fins al programari o architectures especialitzades en edició o postproducció.

La primera conclusió que s'extreia de la investigació és que les productores ja han percebut la *importància de l'equipament digital* per a poder estar a l'altura dels esdeveniments futurs, que suposen la integració de nous formats no només per a l'enregistrament o postproducció sinó per a donar al receptor els continguts i l'estructura de l'esperada televisió del futur: la televisió digital.

1. Aquest és el títol del meu projecte de final de carrera de la Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat de Vigo, dirigit per la professora Dra. Anna Amorós Pons.

Les productores, des de diferents perspectives, han assimilat la producció digital i han adquirit noves màquines en el seu treball per tal que es pugui anomenar digital. Com a síntesi de les opcions que s'han adoptat a Galícia hi ha, per una banda, les productores que ja filmen amb càmeres digitals (Betacam digital) i realitzen productes publicitaris que en tot el seu procés de materialització tenen un tractament digital; per altra banda, hi ha les empreses que segueixen enregistrant amb càmeres analògiques, però que ja disposen d'ordinadors per a la postproducció (targetes de vídeo als seus PC, sistema Avid, lloguer d'equips Quantel o gamma alta Unix); a més, cal esmentar els qui roden en cinema i postprodueixen en digital (solen emprar el telecinat digital D-1) i finalment cal assenyalar aquells anuncis que inclouen infografies i treballs per ordinador en 3D.

Es pot, per tant, extraure una segona conclusió que parteix de la primera. És a dir, s'han elegit *diferents formats* per a crear productes audiovisuals digitals, de manera que existeix una aproximació a la tecnologia digital, i s'ha invertit en nou equipament, però aquest apropament *no és ni uniforme –diferents formats–, ni global –no suposa tot el procés de realització ja que uns són enregistrats en digital, d'altres postproduïts o editats, però són pocs els casos en què el procés es compleix íntegrament en digital.*

En el que sí que han coincidit totes les productores gallegues és en la seva impossibilitat d'adquirir plataformes de gamma alta (Silicon Graphics o arquitectures Quantel) per a l'execució dels seus treballs publicitaris, donat l'elevat cost d'adquisició d'aquest equipament.

El principal inconvenient que es varen trobar les empreses gallegues que varen decidir apostar per la producció digital era l'adquisició d'equips que conscientment sabien que quedarien desbancats en pocs anys i, fins i tot, en mesos per d'altres que els oferien majors prestacions, velocitat o un preu més raonable. És a dir, una empresa de producció instal·lada a Galícia no tenia possibilitats d'adquisició de forma rendible d'aquests productes de gamma alta; no obstant això, sí que varen poder aconseguir un altre tipus d'equipaments que aportaven als seus treballs els avantatges *del digital*, com ara càmeres Betacam digital, sistemes com és ara el Video Machine o programes com ara els que ofereix la marca Avid per a l'edició per ordinador.

Una de les solucions davant els treballs que necessitaven equipament de gamma alta ha estat anar a productores de Madrid i Barcelona o a *freelances* per materialitzar encàrrecs que necessitaven –per a les seves infografies, telecinat o diferents efectes– unes arquitectures que no té cap productora a Galícia.

També cal assenyalar que el fet de no tenir aquesta maquinària de gamma alta és cada vegada menys important per a obtenir resultats òptims en els treballs audiovisuals, donat que, tal com s'ha expressat al llarg del treball, l'evolució de formats i la competència entre les marques comporta més prestacions en equips digitals més compactes i econòmics. És a dir, més assequibles per a les productores gallegues.