

EL DESARROLLO DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL ESPECÍFICO DE LA TÉCNICA 3D ESTEREOSCÓPICA EN LA ERA DIGITAL

Investigadores USAL:

Directora Nascimento, Marlene (marlene.nascimento@usal.edu.ar); Gallo, Sebastián; Ferro, Valeria; Drager, Maximiliano

Alumnos practicantes USAL:

González Eduard; Vázquez, Lucía

Resumen

La técnica 3D estereoscópica cinética es un tipo de representación que tuvo, en el pasado, auges y caídas de la mano de la tecnología analógica; así como grandes limitaciones para mantener la calidad durante toda la cadena de producción, fundamentalmente en la exhibición.

La estereoscopia encuentra sus inicios en la invención del estereoscopio de Holmes en el siglo XVII. Más tarde, el cine le dio también su momento de desarrollo para diferenciarse de su joven competidora: la televisión; y de un tiempo a esta parte se la ha aprovechado para diferentes formatos inventados para distintos tipos de espectáculos audiovisuales. Finalmente, con el advenimiento de la tecnología digital, la técnica estereoscópica se resignifica, dando lugar a una nueva etapa de desarrollo que es la que tomamos como objeto de estudio.

Diversos autores como Eisenstein, Bazin, Comolli, y otros participantes activos de la primera época de *Cahier du Cinema* han conceptualizado la estereoscopia desde diversos puntos de vista. A la luz del texto *Técnicas del Observador* (Crary, 1990), se vislumbra una nueva visión de la actitud del observador, considerando su inmersión en el discurso audiovisual. Un importante aporte latinoamericano que se suma a esta discusión es el de Arlindo Machado, con su producción respecto a los nuevos medios y su relación con el observador.

A raíz de esta problematización y de la fluctuación de la popularidad del 3D estereoscópico como formato de producción, nos planteamos como hipótesis la posibilidad de que la era digital sea la que lo posicione como un formato sostenible en el tiempo; y a su vez que esta utilización de la estereoscopia 3D esté relacionada con alguna temática narrativa particular.

Consideramos de gran relevancia definir el actual estado del arte en las producciones en 3D estereoscópico y, en ese sentido, nuestro objetivo es instaurar una reflexión teórica respecto a las alternativas que ofrece en el lenguaje para la representación y su relación con la temática narrativa.

Debido a la complejidad constitutiva del lenguaje audiovisual, el objeto de estudio está siendo abordado morfológica y filosóficamente. A partir de la construcción de instrumentos propios de recolección de datos, en vistas de un posterior análisis, se busca la contrastación de la hipótesis respecto al uso del 3D estereoscópico en una muestra de films específicos, en una selección de cartelera publicitaria de films actuales y pasados y en un contexto usuario - tecnología.

Palabras clave: técnica 3D estereoscópica; lenguaje audiovisual; animación; diseño visual.

Abstract

Stereoscopic 3D kinetic technique is a type of representation that had in the past, booms and busts hand in hand with analogue technology, with great limitations to maintain quality throughout the production chain, mainly at the exhibition.

Stereoscopy has its beginnings with the invention of the stereoscope of Holmes in the seventeenth century. Later, cinema also gave him a moment of development to differentiate of his young rival: television; and a time now, it has been used to the different formats invented for different types of audiovisual shows; finally, with the advent of digital technology, stereoscopic technique it's renewed, leading to a new stage of development which is what we take as an object of study.

Several authors as Eisentein, Bazin, Comolli, and other active participants since the early days of Cahier du Cinema have conceptualized stereoscopy from different points of view. In light of the text techniques of the observer (Crary, 1990), a new point of view about the attitude of the observer is in sight, considering his immersion in the audiovisual speech. An important Latin American contribution that adds to this discussion is what makes Arlindo Machado production with respect to new media and its relationship with the observer.

Following this problematic and because of the fluctuating popularity of stereoscopic 3D as production format, we hypothesize the possibility that the digital age be which take the position as a sustainable format in time and that this use of the stereoscopic 3D technique is linked to a particular narrative theme.

We consider of great importance to define the current state of the art of stereoscopic 3D productions and in that direction, our goal is to establish a theoretical reflection about the alternatives that offer the language for the representation and its relationship with the narrative theme.

The study object is being studied morphologic and philosophically, from the construction of his own instruments of data collection in view of the subsequent analysis allow the testing of the hypothesis, respect the use of stereoscopic 3D in a specific sample of films, in a selection of advertising posters of current and past films and in a context user - technology.

Keywords: 3D stereoscopic technique; audiovisual language; animation; visual design.