



Percepción y realidad de los efectos especiales dentro de la postproducción de audiovisuales

Perception and reality of special effects within the postproduction of audiovisuals

María Lorena Villacrés Pumagualle
Universidad Técnica de Cotopaxi (Ecuador)
maria.villacres4683@utc.edu.ec

Recibido: 28 de mayo de 2019
Aceptado: 2 de agosto de 2019

RESUMEN

El cine ha sido considerado como una forma de expresión artística, un acto de socializar, divertir y culturizar, un impulsador de mitos y creador de efectos ópticos que son conocidos como efectos especiales. Esta investigación tiene como objetivo estudiar los problemas de la percepción visual y audiovisual para recrear la realidad y crear la ilusión a partir de esos efectos, basada en la teoría de la percepción audiovisual humana, el Realismo cinematográfico y la Gestalt creando efectos especiales en breves escenas de postproducción experimental mediante el uso de programas informáticos especializados, para determinar el nivel de recreación de la realidad, así como la ilusión en el espectador. Se utilizó el método inductivo-deductivo, con un diseño e investigación cuasiexperimental utilizando técnicas como la observación directa y la encuesta para la recopilación de datos, así como los métodos matemáticos-estadísticos para el análisis de datos y la determinación de resultados.

PALABRAS CLAVE: Percepción, cine, realidad, audiovisual, postproducción.

ABSTRACT:

The cinema has been considered as a form of artistic expression, an act of socializing, fun and Culturizar, a pusher of myths and creator of optical effects that are known as special effects. This research aims to study the problems of visual and audiovisual perception to recreate reality and create the illusion from these effects, based on the theory of human audiovisual perception, cinematographic realism and Gestalt Creating special effects in short scenes of experimental post-production through the use of specialized software, to determine the level of recreation of reality, as well as the illusion in the spectator. The inductive-deductive method was used, with an experimental design and research using techniques such as direct observation and survey for data collection, as well as mathematical-statistical methods for data analysis and Determination of results.

Keywords: Perception, cinema, reality, audiovisual, postproduction.

* * * * *

1. Introducción

El cine independiente surge en Estados Unidos, precisamente, para hacer referencia a que éste no se encuentra bajo dependencia (Turan, 2008). En los últimos años, la evolución tecnológica ha influenciado a este tipo de cine, en especial al proceso de producción y postproducción (Navarro, 2016). La iniciativa de esta investigación responde al interés de procurar el desarrollo profesional en el área de producción y postproducción de escenas cinematográficas en función al uso de los efectos especiales, visuales y auditivos, creados por ordenador para recrear la realidad, generar la ilusión y captar el interés del espectador considerando la percepción humana¹, el realismo, la teoría de la Gestalt², la percepción de la obra audiovisual³, que es conducida por el narrador, y programas informáticos especializados como la Suite Adobe, con el Adobe After Effects Pro CC2017, Adobe Premiere Pro CC2017 para edición y montaje de imágenes y/o efectos especiales y Pro tools 12 para edición de audio, que permiten crear imágenes tan efectivas que hacen que los sentidos del espectador, (vista-oído) interpreten los efectos de ordenador como hechos reales. El objetivo principal de estudio es analizar la percepción audiovisual humana sobre los efectos especiales creados por ordenador de una escena de postproducción cinematográfica experimental y determinar el nivel de recreación de la realidad y la ilusión que generan (Alcover, 2006)

196

1.1 Teorías

1.1.1 Percepción

Para Neisser (1976), la percepción es una actividad esencial para la adaptación del ser humano a un entorno específico, y dado que ese entorno es cambiante, la actividad perceptual debe adaptarse a esos cambios. Percibir es, pues, una construcción del sujeto que deriva de la relación establecida entre presente y pasado, y que depende de la habilidad y experiencia del perceptor (p.111). Para la construcción del entorno visual intervienen dos fases: la fisiológica y la psicológica, donde el cerebro selecciona la inmensa cantidad de estímulos que le llegan, los ordena y les da un significado inmediato. En algunos casos, en función de la experiencia y de la cultura de las personas, a la sensación se le da un sentido profundo.

¹ Proceso cognitivo, básico que permite seleccionar, ordenar, reelaborar, interpretar y comprender la información a través de los sentidos de una forma innata y natural para poder entender el entorno y almacenarlo en la mente. (Fuster, 2007)

² Alba Olivares (2014) propone postulados teóricos del estudio de la percepción de formas, esquemas, siluetas que cada individuo percibe por el sentido visual, donde también influyen factores tales como el entorno, social, cultural para que cada individuo construya representaciones mentales (imágenes) que interpretan su realidad (p.24-25).

³ Estrategias y elementos narrativos perceptuales, visuales y auditivos (texto, imagen, planos, montaje, música, voz), juntamente con procedimientos estéticos y estilísticos, como los principios de montaje desarrollados en el período clásico (Eisenstein, 1999).

1.1.2 Percepción y Comunicación Audiovisual

Según Leal (2011), la comunicación audiovisual se basa en la percepción natural donde el espectador no selecciona la información más relevante ni busca la información. Uno de los logros de este tipo de comunicación es conseguir, mediante unas estrategias narrativas perceptivas visuales y sonoras, que el espectador tenga la ilusión de percibir de forma natural (p.23).

Al paso de los años, los directores han desarrollado un gran número de técnicas cinematográficas para dirigir la mente del espectador durante el desarrollo de sus obras audiovisuales que algunos de ellos aplican con gran maestría (Hanson, 2009). Tanto es así, que grandes películas tienen enormes errores o fallos que pasan inadvertidos por completo para la inmensa mayoría de los espectadores, salvo que intencionadamente los busquen. Como ejemplo, la película *Apocalypse Now*, de Francis Ford Coppola, tiene un total de 391 errores.

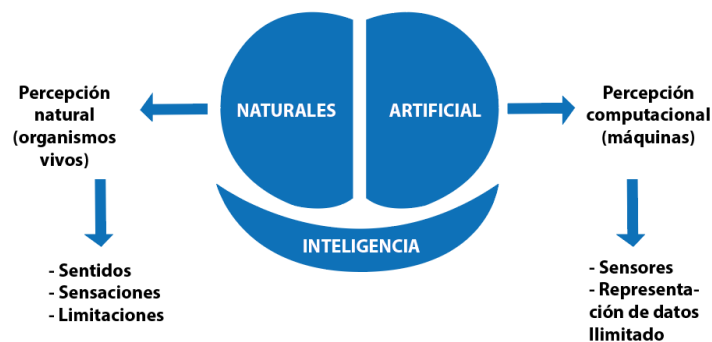


Figura 1. Percepción natural y artificial

1.1.3 Teoría de la Gestalt

La psicología de la Gestalt (forma/patrón) estudia la percepción y los experimentos relacionados con dicho campo. Su objetivo es la búsqueda de *patterns* visuales, el análisis del proceso visual del organismo humano y de cómo este organiza la entrada y salida de mensajes visuales. Intenta descubrir los principios mediante los cuales interpretamos la información sensorial y realizamos la construcción cognitiva de la percepción de las imágenes. Se la considera como una teoría fenomenológica, es decir, estudia las experiencias visuales del individuo, las formaliza y postula las leyes en las que se basa la organización perceptiva (Oliva, 2019).

1.1.4 Realidad

Referente a la realidad (Nochlin, 1991), este concepto se relaciona estrechamente con el movimiento artístico “realismo”, que era dominante a mediados del siglo XIX, con su propuesta de brindar una representación verídica, objetiva e imparcial del mundo real, basada en la observación meticulosa de la vida del momento (p.83). Es capturar los

fenómenos del mundo “tal y como se nos aparecen” y dentro de una obra audiovisual utilizar recursos estéticos en el lugar del canon.

2. Materiales y métodos

La metodología utilizada fue el estudio de campo destinado a obtener información de los encuestados sobre el nivel de aceptación de los efectos especiales en la posproducción de escenas. Se realizó una encuesta a 30 jóvenes, hombres y mujeres de entre 19 y 20 años de edad, estudiantes de Ciencias Sociales y Humanidades de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Ecuador), con una base de siete preguntas entre dicotómicas y politómicas, dirigidas a indagar y generar respuestas sobre las consideraciones de los espectadores entorno al fenómeno central de estudio (los efectos especiales creados en ordenador), en el producto experimental, con respecto a la recreación de la ilusión de realidad que estos generan en los espectadores.

Preguntas:

- ¿Según el audiovisual, le parece real este acontecimiento?
- ¿Cree usted que las escenas del audiovisual narran un acontecimiento?
- ¿De las funciones que a continuación se enlistan, qué función cree usted tiene éste audiovisual?
- ¿Considera usted que en este audiovisual los efectos especiales son el principal componente?
- ¿De los elementos que a continuación se enlistan, señale cuál de ellos usted lo percibe como más real?
- ¿Considera usted que los sonidos utilizados en el audiovisual se perciben como reales?
- ¿Cuál de los sonidos de los que se enlistan debajo logran darle la impresión de que los hechos fueran reales?

3. Resultados y Discusión

3.1 Resultados

Tabla 1. Porcentajes de aceptación ideal vs. porcentaje aceptación de las preguntas por los espectadores.

Número de preguntas	Nivel de aceptación Ideal de Aceptación para cada pregunta en porcentajes	Nivel de aceptación de los Espectadores para cada pregunta en porcentajes
1	100%	76,6%
2	100%	70%
3	100%	73,2%
4	100%	93,3%
5	100%	36,7%
6	100%	66,6%
7	100%	43,3%
TOTAL	700%	459,7%

Para entender los resultados obtenidos de las encuestas se crea la siguiente tabla que establece un primer parámetro nombrado. Nivel ideal de aceptación por porcentajes, equivalente al 100% para cada pregunta: su sumatoria da como resultado total 700% por haber evaluado siete preguntas. El segundo parámetro es el Nivel de aceptación de los espectadores por porcentajes. Estos valores varían de acuerdo a las respuestas de cada espectador. Los porcentajes están colocados en orden (76.6%, 70%, 73.2%, 93.3%, 36.7%, 66.6%, 43.3%), y su sumatoria da como resultado total 459,7% de siete preguntas evaluadas.

Finalmente, estos resultados demuestran con más del 50% que los efectos especiales realizados en postproducción sí pueden crear una percepción de realidad.

3.2 Discusión

En la Universidad de Extremadura (España), Facultad de Ciencias de la Comunicación, se presenta un trabajo de grado con el tema: *La narrativa del montaje y la posproducción audiovisual, cómo cambiar el significado de un film a través de la edición*, en el cual se admite la relevancia de la posproducción digital con el montaje de las imágenes para obtener imágenes reales utilizando efectos especiales. Este estudio coincide con nuestro trabajo, cuyos resultados establecen que los efectos especiales realizados en postproducción sí generan una ilusión de realidad en los espectadores. El producto film cuenta con un alto nivel de aceptación de espectadores, a los cuales nos les parece desagradable observar efectos especiales hechos en ordenadores.

Conclusiones

El trabajo de investigación, en breves escenas, cuenta con un nivel de aceptación del 66 % del espectador, es decir, que no les parece desagradable observar efectos especiales hechos en ordenador, y estos datos porcentuales determinan que los efectos especiales realizados en postproducción con acabado estilístico sí generan una ilusión de realidad en los espectadores.

También se determina que el trabajo de postproducción es un recurso utilizado para muchas actividades, como la educativa, informativa, entretenimiento, artística, etc., y que solo se necesita creatividad para su perfecto desarrollo.

Y, finalmente, el cine, desde sus inicios hasta la actualidad, es un conjunto de técnicas que juega con la percepción audiovisual del espectador, y ahora, en la actualidad, con la ayuda de la postproducción y la tecnología, las posibilidades en este arte parecen ilimitadas.

Referencias bibliográficas

- Alba M. Olivares J. (12 de Mayo de 2014). Percepción y Pensamiento Gráfico. Estrategias gestálticas en la docencia de E.G.A. y el Diseño Gráfico. . [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Alicante. Instituto de Ciencias de la Educación: . Alicante, España: Alba, M., & Olivares, J. (2014). Alicante, España.
- Alcover, A. (16 de Enero de 2006). La posproducción cinematográfica en la era digital. tesis doctoral. Castellón, España: Universidad Jaume I.
- Eisenstein, S. (5 de Mayo de 1999). Teoría y técnicas cinematográficas. Amazon.
- Fuster, J. (2007). Cajal y la neurociencia cognitiva cien años más tarde. Valencia: Quark.
- Hanson, N. (2009). Neurocinematics: The neuroscience of film. En *The neuroscience of film*. Madrid: Alianza .
- Leal, C. L. (29 de 03 de 2011). *Percepción visual y traducción*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Desktop/Percepcion_visual_y_traducion_audiovisu.pdf
- Navarro, J. (4 de Abril de 2016). *Construyendo miradas y conocimiento: La percepción visual*. Obtenido de <http://destinoaitaca.blogspot.com/p/la-percepcion-visual.html>
- Neisser, U. (2 de Septiembre de 1976). *Cognition and reality: principles and implications of cognitive psychology*. Madrid: Maroya.
- Nochlin. (1991). *El realismo*. Madrid: Alianza.
- Oliva, J. (1 de Abril de 2019). *Cine y educación*. Obtenido de <https://www.miradesmenudes.com/blog/>
- Turan, K. (2008). El auge del cine independiente. *eJournal USA*, , 29-36.