



## CULTURA AUDIOVISUAL II

Después de leer atentamente el examen, responda cinco preguntas cualesquiera a elegir entre las doce que se proponen.

**TIEMPO Y CALIFICACIÓN:** 90 minutos. Todas las preguntas se calificarán con un máximo de 2 puntos.

El estudiante deberá indicar la agrupación de preguntas que responderá. La selección de preguntas deberá realizarse conforme a las instrucciones planteadas, no siendo válido seleccionar preguntas que sumen más de 10 puntos, ni agrupaciones de preguntas que no coincidan con las indicadas, lo que puede conllevar la anulación de alguna pregunta que se salga de las instrucciones.

Visionado de un Fragmento de la Película La noche americana (1973)

Visionado del spot de IKEA: Esto no se toca (2007)

### PREGUNTA 1.1

1.1 La noche americana narra las preocupaciones que un director de cine (interpretado por François Truffaut, que también es el director real de la película) experimenta durante el rodaje de una de sus películas.

En el fragmento que acabamos de ver se aprecia el enorme trabajo llevado a cabo por los muchos profesionales que intervienen en una película.

-Enumera, al menos, tres de las categorías profesionales que intervienen en el rodaje de la película La noche americana y explica brevemente sus funciones básicas.

El estudiante señalará (y explicará brevemente) al menos tres de las categorías profesionales que intervienen en el rodaje de la película y que distinguimos en el fragmento seleccionado (director, actores/actrices, figurantes, maquilladora, productor, guionista, script...).

### PREGUNTA 1.2

1.2 Esta película narra las preocupaciones que un director de cine (interpretado por François Truffaut, que también es el director real de la película) experimenta durante el rodaje de una de sus películas. Además, esta película toma su título de la técnica cinematográfica del mismo nombre.

- Explica brevemente en qué consiste este efecto especial cinematográfico conocido como “la noche americana”.

- ¿Qué son los efectos visuales? Explícalo brevemente.

En la primera parte el estudiante deberá explicar los aspectos esenciales de la técnica conocida como “la noche americana”, la cual consigue que el día se transforme en noche gracias al uso de filtros en las cámaras.

En la segunda parte el estudiante tendrá que definir los denominados “efectos visuales”, que son las diferentes técnicas que permiten crear o manipular imágenes después de la grabación (con la ayuda de sistemas informáticos).



#### PREGUNTA 2.1

2.1 La noche americana fue rodada en 1973, pero desde entonces la tecnología y los productos audiovisuales han evolucionado enormemente.

- Explica en qué consiste la televisión interactiva.
- Explica alguna de las ventajas que se le pueden otorgar a la radio en internet.

En la primera parte el estudiante deberá hacer referencia a las nuevas formas de ver la televisión que tenemos actualmente, donde los telespectadores tienen cada vez más actividad y capacidad para intervenir y decidir (pueden elegir los programas que desean ver, utilizar aplicaciones interactivas, etc).

En la segunda parte tendrá que explicar alguna de las ventajas que nos puede ofrecer la radio a través de internet (radio a la carta, chats que ofrecen determinados programas, materiales complementarios como imágenes fijas o vídeos, etc).

#### PREGUNTA 2.2

2.2 -Justifica razonadamente por qué generalmente se suelen grabar las escenas de una película en orden distinto a como aparecen en el producto final.

- ¿Qué tipo de profesional es el encargado de mantener la continuidad en una película? Explica brevemente las características fundamentales de su función.

En la primera parte el estudiante deberá argumentar por qué, siguiendo un plan de rodaje, en la mayoría de las películas no se graba en el orden en el que aparece en el film.

En la segunda parte deberá explicar los elementos esenciales de la labor del script o continuista.

#### PREGUNTA 3.1

3.1 Cambiemos de medio y pensemos ahora en el mundo de la radio.

- ¿Cuáles son los usos más característicos de la música en la radio? Explica al menos dos de ellos.

El estudiante deberá explicar, al menos, dos de los usos que habitualmente se le suele dar a la música en el medio radiofónico (escuchar una canción, utilizarla como melodía

#### PREGUNTA 3.2

3.2 En el fragmento de referencia podemos apreciar la vorágine que supone rodar una película.

- Indica, al menos, dos movimiento de cámara que se aprecian en dicho fragmento y explica la finalidad que se busca con dichos movimientos.

El estudiante deberá nombrar y explicar la finalidad de, al menos, dos de los movimientos de cámara que aparecen en el fragmento de referencia (panorámicas, travelling, zoom...).



#### PREGUNTA 4.1

4.1 Tras el visionado del spot y aludiendo y teniendo en cuenta los recursos expresivos empleados tanto a nivel de imagen como del sonido,

-¿Qué aspecto fundamental de la marca crees que se subraya, a qué público crees que va dirigido el anuncio y por qué?

El estudiante señalará el posible público objetivo de la campaña relacionando aspectos de la misma: el uso intencionado de las imágenes y el montaje, los personajes y lo que hacen, la letra de la canción y el tratamiento del sonido... Con alguno de los posibles valores de marca tal y como puede ser el bajo coste, el uso provisional, la posibilidad de adaptación personal... La campaña subraya la libertad y la opción de no primar la conservación de los muebles y de los objetos (público joven, pisos de alquiler, pisos compartidos, pisos con muchos niños pequeños...)

#### PREGUNTA 4.2

4.2 El presente spot es uno de los más premiados y fue elaborado específicamente para el público español.

- ¿Qué funciones publicitarias crees que cumple el spot de IKEA? Razona brevemente tu respuesta.

El estudiante deberá definir las funciones de la imagen que aparecen en el anuncio describiendo brevemente en qué forma quedan abordadas

#### PREGUNTA 5.1

5.1 ¿Qué funciones crees que cumple la banda sonora en este spot y cómo definirías su planteamiento expresivo? ¿Habríamos de sincronía? ¿De complementariedad?

El estudiante planteará el sentido de la elección de la canción y de su letra, así como el planteamiento expresivo del sonido (como por ejemplo el ritmo y el efecto de altavoz antiguo de la interpretación). En el planteamiento pueden reconocerse varias funciones, desde la estética hasta la conativa, pero, a pesar de la sincronía rítmica no puede hablarse estrictamente de un sonido sincrónico a la imagen y en cuanto a la complementariedad, la valoración se encontraría asociada a las posibles funciones señaladas.

#### PREGUNTA 5.2

5.2 En el anuncio es especialmente importante la elección y el tratamiento expresivo de la banda sonora.

- ¿Crees que cuestiones como la denotación o la connotación o el uso de estereotipos está presente en el spot? Razona brevemente tu respuesta.

Los tres planteamientos caben en una lectura intencionada del spot, dependiendo del tipo de público podrán entenderse los connotativos de forma positiva o incluso negativa.

#### PREGUNTA 6.1



6.1 Partiendo de la banda sonora del anuncio ¿Cómo plantearías un spot publicitario en el que el tema a tratar fuera la prevención o denuncia del maltrato infantil? ¿Qué cambios fundamentales introducirías en las imágenes y su tratamiento en función de la nueva finalidad?

En la respuesta caben infinidad de posibilidades a nivel de recursos expresivos en cuanto a las imágenes. La banda sonora asociada por contraste a la secuencia icónica del spot cambia un significado de locura o desorden a otro de liberación ante las imposiciones del texto. Plantear cambios en el guion, en los personajes o la inclusión de un pequeño relato serían soluciones aceptables. Por ejemplo, un niño o una niña con la cara triste y un travelling hacia sus ojos mientras suena la misma canción respondería ya a un planteamiento completamente diferente.

#### PREGUNTA 6.2

6.2 Tomando como punto de partida algunas imágenes o parte de la banda sonora y pudiendo añadir o cambiar lo que estimes oportuno ¿Cómo te plantearías construir un nuevo anuncio en el que prime en este caso la calidad y la exclusividad del producto?

El estudiante planteará un nuevo enfoque del spot a través del cambio o contraste de alguno de los recursos expresivos, del guion o del montaje. En la respuesta estará implícito el reconocimiento del enfoque actual y la determinación de cuáles son los elementos fundamentales de su efectividad