



CULTURA AUDIOVISUAL II

Opción A

- *Visionado de un Fragmento de la Película Cantando bajo la lluvia, Stanley Donen, 1952*
- *Visionado del Spot publicitario de RENFE: Sonidos, (2007)*

1. En el fragmento cinematográfico de referencia podemos reconocer la aplicación de diferentes efectos especiales propios del cine de principios de siglo XX, además del numeroso grupo de personas que intervienen habitualmente en las producciones audiovisuales.

En relación a esto explica:

1.1 Dos efectos especiales de tipo visual característicos de las producciones audiovisuales (aparezcan o no en el fragmento de la película que hemos visto).

1.2 Funciones del “Productor Cinematográfico”.

- Esta primera cuestión consta de dos partes. En la primera de ellas el estudiante deberá describir dos efectos especiales propios de las producciones audiovisuales. Dichos efectos no tienen por qué ser contemporáneos, por lo que se pueden explicar tanto efectos que se aplican en la actualidad como aquellos más primitivos o rudimentarios. En el segundo apartado el estudiante escribirá las labores fundamentales de las que se ocupan los productores de cine.

(Pregunta 1, valoración: 1,5 puntos)

2. Centrémonos en la primera parte del vídeo, en el momento en el que el protagonista sale corriendo de la casa detrás de la chica.

Explica de la manera más detallada posible la función que cumple la música en ese momento.

- El estudiante deberá relacionar el tipo de melodía y los cambios de ritmo con los movimientos y gestos del actor. Además se valorará positivamente que menciones el hecho de que la música refuerza los sentimientos que puede tener el protagonista en ese momento (sentido anímico).

(Pregunta 2, valoración: 1,5 puntos)

3. Te proponemos cambiar por completo el significado de esta escena (momento en el que el protagonista sale de la casa) a través del sonido (diálogos, efectos sonoros y música).

3.1 Explica tu propuesta, ¿qué pretendes expresar?

3.2 Crea un guion que refleje todos los cambios (diálogos, efectos sonoros y música) que intervienen en tu propuesta.

- El estudiante deberá cambiar diametralmente el significado de la escena a través de los recursos sonoros. Para ello procederá de la siguiente manera: primero explicará su idea y después elaborará un guion en donde queden plasmados todos y cada uno de los cambios propuestos.

(Pregunta 3, valoración: 2 puntos)

4. En el spot de RENFE que acabas de ver,

4.1 ¿Qué funciones de la publicidad crees que se abordan con mayor claridad? Razona tu respuesta.

4.2 Redacta una propuesta para adaptar este anuncio a una cuña radiofónica.



- El estudiante señalará, en la primera cuestión, la función o funciones que considere que se destacan en el spot (persuasiva, estética,...). Su discurso ha de estar razonado y justificado de manera coherente.
En la segunda parte el estudiante diseñará el formato radiofónico publicitario que se pide, explicando lo que se dice, la música y/o los efectos que considere y la duración que tiene (este formato no suele superar los 30 segundos).
(Pregunta 4, valoración: 2,5 puntos)
5. A partir del visionado de dicho spot,
- 5.1 ¿Qué aspecto del producto anunciado crees que se enfatiza más en este anuncio?
- 5.2 ¿A través de qué recursos expresivos (bien del sonido o bien de la imagen) se lleva a cabo? Razona tu respuesta.
- Nos encontramos ante un anuncio del AVE, en donde se quiere destacar de manera primordial la velocidad (el tren va tan rápido que las imágenes no se pueden sincronizar con la voz de quien las emite). La valoración de la respuesta no se atenderá estrictamente a esta solución sino al razonamiento y a la argumentación llevada a cabo.
(Pregunta 5, valoración: 1,5 puntos)
6. Identifica los tipos de planos que aparecen en el spot, señalando la finalidad de cada uno de ellos. Justifica razonadamente tu respuesta.
- El estudiante deberá identificar los tipos de planos que aparecen en el anuncio, relacionándolos con la función que ejercen dentro del mensaje audiovisual.
(Pregunta 6, valoración: 1 punto)



CULTURA AUDIOVISUAL II

Opción B

- *Visionado de un Fragmento de la Película Cantando bajo la lluvia, Stanley Donen, 1952*
- *Visionado del Spot publicitario de RENFE: Sonidos, (2007)*

1. “Cantando bajo la lluvia” es una película que pertenece al género musical. En este tipo de cintas es fundamental, a nivel narrativo, el tratamiento de los efectos sonoros y la música, aunque la ausencia del sonido también juega un papel importante en muchos casos.

1.1 ¿Qué significados y/o sensaciones consideras que podemos obtener a partir del silencio en una escena?

1.2 Pon algún ejemplo donde consideres que es evidente que el silencio adquiere un protagonismo narrativo.

- El estudiante hará referencia al potencial comunicativo que puede tener el silencio (describir, expresar sentimientos,...) dependiendo del momento en el que se produzca (viene condicionado por los elementos que lo preceden y lo suceden).

Su explicación razonada deberá ir acompañada de un ejemplo (que no tiene por qué referirse a ninguna película existente, puede ser una situación creada por el estudiante).

(Pregunta 1, valoración: 2 puntos)

2. En el corte cinematográfico que acabamos de ver aparece un cambio temporal que enlaza las últimas horas de la tarde con las primeras horas de la mañana siguiente, ¿qué recurso se utiliza para representar ese cambio?

- El estudiante deberá hacer referencia a las transiciones utilizadas en la parte de la postproducción de cualquier audiovisual.

(Pregunta 2, valoración: 1 punto)

3. Escoge un pequeño corte del fragmento y, tomándolo como referencia, plantea un guion para un spot publicitario del producto o servicio que quieras. En ese guion deben aparecer, como mínimo, los siguientes aspectos:

3.1 Explicación general de la idea.

3.2 Localización, descripción y tipos de planos, ángulos de cámara, diálogos y sonidos.

- El estudiante deberá diseñar un guion para un spot publicitario, explicando las características principales del mismo (en relación a las pautas señaladas en el segundo apartado).

(Pregunta 3, valoración: 2 puntos)

4. Explica:

4.1 Las características básicas de los micrófonos unidireccionales.

4.2 Dos de las funciones principales de la radio.

- En la primera parte el estudiante deberá explicar brevemente las características básicas de los micrófonos unidireccionales. En el segundo apartado se pretende que cite y comente dos de las principales funciones de la radio (informar, entretener, formar,...).

(Pregunta 4, valoración: 2 puntos)



5. Teniendo en cuenta las características estéticas y expresivas del spot que acabamos de ver, indica a qué tipo de público consideras que va dirigido (justificando tu respuesta razonadamente en base a aspectos de edad, género y nivel socioeconómico).

- El estudiante identificará, de manera razonada, el público potencial al que va dirigido el anuncio, partiendo del análisis de imágenes, sonidos y efectos que aparecen en él. La valoración de la respuesta estará vinculada al razonamiento y a la argumentación llevada a cabo.

(Pregunta 5, valoración: 1 punto)

6. A partir de lo apuntado en la pregunta anterior, ¿cómo modificarías el spot en cuanto a estética y estilo para redirigir el anuncio a otro rango de edad, género y nivel socioeconómico?

- Esta cuestión está relacionada con la pregunta anterior, y en ella el estudiante deberá ser capaz de modificar, de manera justificada, los destinatarios del producto (atendiendo a los cambios de personajes, diálogos, efectos,...).

(Pregunta 6, valoración: 2 puntos)