



CULTURA AUDIOVISUAL II

Opción A

- *Visionado de un Fragmento de la Película Annie Hall, Woody Allen, 1977*
 - *Visionado del Spot publicitario de Euskaltel: ¡PATXI...! (2001)*
1. Al inicio de la escena de la película planteada vemos un monólogo interpretado por el actor y director. Analiza el tipo de encuadre utilizado y relaciónalo con el significado que se pretende buscar. (1,5 puntos)
 - La escena es narrativamente sencilla, el estudiante deberá relacionar el tipo de plano planteado (primer plano) con la intencionalidad expresiva (acercar el personaje al espectador). Es posible que el estudiante aluda a alguna otra de las posibilidades narrativas del encuadre.
 2. ¿Qué diferencias hay entre “Sonido diegético” y “extradiegético”? ¿Aparece alguno de ellos en esta escena? Razona tu respuesta (1,5 puntos)
 - El estudiante deberá explicar la diferencia y reconocer ambos en el planteamiento de la escena
 3. Este fragmento pertenece a la película Annie Hall de 1977. Si tuviéramos que adaptar este fragmento al medio radiofónico sin duda habría cuestiones que no se comprenderían, ¿Qué recursos sonoros o narrativos utilizarías para que se siguiera entendiendo la historia? (Puedes incorporar a tu respuesta esquemas o cualquier planteamiento gráfico que estimes oportuno) (2 puntos)
 - El estudiante podrá plantear algunos recursos sonoros que indiquen o presenten situaciones, personajes o espacios, incluyendo cambios de orden que aclaren la historia, por ejemplo, comenzar por la montaña rusa...
 4. Explica al menos dos recursos que se utilizan para insertar publicidad en televisión. (1, 5 puntos)
 - El estudiante explicará en que consiste alguno de esos recursos: el patrocinio, el spot, la televenta, el *product placement*, etc...
 5. Teniendo en cuenta que la empresa que encarga el spot publicitario planteado es una compañía de telecomunicaciones vasca y también que el anuncio estaba dirigido eminentemente al público de dicha comunidad autónoma ¿Qué podrías decir respecto del uso de los estereotipos desde el punto de vista del respeto de las identidades y del fomento de la convivencia? (1,5 puntos)
 - Este anuncio tuvo un éxito enorme en el País Vasco y es tomado comúnmente como ejemplo de efectividad comercial en publicidad, podemos deducir por ello que el uso del estereotipo no fue interpretado en este caso como ofensivo por las personas aludidas. Se trataría de valorar si el estudiante considera que el uso de los estereotipos es intrínsecamente malo o de si es capaz de apreciar que pueden darse circunstancias en los que narrativamente pueda estar justificado su uso. La valoración de la respuesta no se atenderá estrictamente a la toma de posición en uno de los dos sentidos sino al razonamiento y a la argumentación llevada a cabo. Se trata sobre todo de apreciar un planteamiento de análisis intencional respecto a la cuestión. Aspectos como que el



estereotipo se esté planteando con valores positivos o que se intente subrayar un enfoque “sano” o “ingenuo” pueden ser valorados a la hora de justificar su validación así como la excesiva simplificación o la caricaturización pueden ser esgrimidos en su contra.

6. Dado que el spot se presta a desarrollar nuevas escenas relacionadas con las diferentes dificultades de comunicación al hablar por teléfono ¿Podrías plantear alguna en la que se incorporaran nuevos personajes o nuevas situaciones a partir, por ejemplo, de la existencia de un buzón de voz que grabara el mensaje? (Puedes incorporar a tu respuesta esquemas o cualquier planteamiento gráfico que estimes oportuno) (2 puntos)
- El estudiante deberá interpretar, razonadamente, algunos de los recursos expresivos que en el plano visual y sonoro se plantean en el spot, señalando el efecto que pretenden producir en el espectador (utilización del volumen sonoro y su relación con el montaje visual, los saltos hacia atrás en el eje y como se acompañan estos a los gritos del personaje o la organización y duración de los planos en el montaje y su relación con el volumen sonoro...). En la segunda parte de la pregunta se valorará la capacidad del estudiante a la hora de elaborar el planteamiento de una secuencia de continuación en la que el personaje de Patxi pueda haber aparecido y se cierre la historia o en la que se plantee una nueva situación parecida a la anterior.



CULTURA AUDIOVISUAL II

Opción B

- *Visionado de un Fragmento de la Película Annie Hall, Woody Allen, 1977*
 - *Visionado del Spot publicitario de Euskaltel: ¡PATXI...! (2001)*
1. La música que acompaña a una escena puede modificar el significado de la misma, ¿Qué entendemos por contrapunto sonoro? ¿Se te ocurre algún ejemplo que hayas visto?
 - El estudiante deberá describir el concepto y mencionar un ejemplo.
 2. Explica las características propias que encontramos en las comedias visuales y en las dialogadas. ¿Pertenece la escena planteada a alguna de ellas? Razona tu respuesta.
 - El estudiante deberá describir dichas características y reconocer en el fragmento las que definen una comedia dialogada.
 3. El corte seleccionado finaliza con: " las consecuencias que sufren los habitantes de una vivienda situada debajo de una montaña rusa". Si tuvieras que tomar este hecho como referencia para realizar una crónica televisiva. ¿Qué elementos consideras necesarios para cubrir la noticia (imagen, voz, texto, sonido, música, infografías,...)? (Puedes incorporar a tu respuesta esquemas o cualquier planteamiento gráfico que estimes oportuno) (2 puntos)
 - El estudiante deberá, a partir de las características de un informativo, explicar la cobertura del suceso aludiendo a algunas de los elementos de uso común en el formato.
 4. Dentro de las funciones de la publicidad: ¿Qué entendemos por función persuasiva? ¿Puedes poner algún ejemplo?
 - El estudiante deberá definir el concepto, planteando algún ejemplo que conozca. (1,5 puntos)
 5. ¿Podrías describir en donde reside a tu juicio la efectividad narrativa y expresiva del spot planteado en cuanto al tratamiento del sonido y de la imagen? (1,5 puntos)
 - Se trataría de discriminar y de poner en valor algunos de los efectos visuales y sonoros que aparecen en el spot: por ejemplo la relación existente entre el aumento progresivo del volumen de la voz y la concatenación de saltos hacia atrás en el eje de cámara a través de los que se consigue conectar dos puntos muy alejados espacialmente.
 6. Imagina que adaptáramos este *spot* dirigido al medio televisivo al medio de internet, ¿Cómo lo enfocarías? ¿Qué cambios o variaciones plantearías? (2 puntos)
 - Se trata de que el estudiante demuestre conocimientos respecto a cómo es a nivel visual y sonoro la publicidad en la red y de que pueda poner en práctica su capacidad a la hora de hacer propuestas de transformación o adaptación en los mensajes a partir de ese conocimiento.