



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 *Días de radio* (1987)

Visionado del spot "Anuncio de navidad - El corte Inglés" (2018)

PREGUNTA 1.1.

“Días de radio” (película del director neoyorquino Woody Allen) supone un homenaje a la importancia que tuvo la radio en la sociedad americana de finales de los años 30. Este corte hace referencia a uno de los géneros radiofónicos más representativos.

-Define dicho género.

-Desde los años 30 a la actualidad, la radio ha experimentado una gran evolución. Explica qué es un podcast.

En la primera parte el estudiante deberá identificar el género radiofónico que aparece representado en el fragmento seleccionado (de entretenimiento, de concurso,...), además de señalar las principales características del mismo.

En la segunda parte deberá explicar qué es un podcast, diferenciándolo de un simple archivo de audio.

(Pregunta 1.1, valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 1.2.

Como sabemos, el medio radiofónico tiene un lenguaje propio.

-Define los siguientes conceptos relacionados con el sonido radiofónico: “Fade in” y “Fadeout”.

-Señala, al menos, dos recursos sonoros propios del lenguaje radiofónico.

En la primera parte el estudiante deberá explicar los dos recursos radiofónicos señalados.

En la segunda parte el estudiante enumerará, como mínimo, dos de los recursos sonoros que forman parte del lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos, ...).

(Pregunta 1.2, valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 2.1.

2.1 Fijémonos ahora en el sonido que aparece en el fragmento de la película.

-Qué son los efectos de sonido? Señala algún efecto de sonido que aparezca en el fragmento que acabamos de ver.



-Escribe el nombre de, al menos, dos categorías profesionales que trabajen con el sonido en una producción audiovisual.

En la primera parte el estudiante deberá definir el significado de los efectos de sonido en términos generales. Además tendrá que identificar alguno de los efectos de sonido que aparecen en el clip de vídeo.

En la segunda parte deberá señalar el nombre de dos categorías profesionales de los medios audiovisuales cuyo trabajo tenga relación con el sonido.

(Pregunta 2.1, valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 2.2.

2.2 Explica los aspectos fundamentales del “leitmotiv” como recurso cinematográfico. Complementa tu explicación con un ejemplo concreto que muestre claramente el uso de este recurso.

El estudiante deberá explicar convenientemente las características básicas de este recurso cinematográfico, e incluirá la descripción de un ejemplo que justifique e ilustre lo comentado anteriormente (podría ser un ejemplo real o inventado por el alumno).

(Pregunta 2.2, valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 3.1.

3.1A continuación nos centraremos en el mundo publicitario. El fragmento de la película describe el momento en el que unos ladrones entran en una casa para robar,

-Diseña un spot publicitario para vender alarmas para viviendas y acompáñalo de un eslogan.

-¿A qué llamamos público objetivo (target) en publicidad? ¿Cuál es el público objetivo de tu spot?

En la primera parte el estudiante planteará un anuncio publicitario para televisión o cine cuyo objetivo sea el de vender alarmas. Dicho anuncio podrá redactarse como un guion o comentario en donde aparecerán todos los elementos audiovisuales presentes en los spots. Será obligatorio la inclusión de un eslogan.

En la segunda parte el estudiante definirá el concepto de “público objetivo” en el mundo publicitario. Además tendrá que identificar el target de su spot.

(Pregunta 3.1, valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 3.2.

Pasemos al mundo publicitario:

-Explica la diferencia entre publicidad y propaganda.

-¿Qué es un “jingle”?

PREGUNTA 4.1.

El spot que acabas de visionar contiene referencias cinematográficas y culturales claras.

-¿Qué referencias (estéticas, gráficas, audiovisuales, de autoría...) encuentras en el spot?

-Explica los recursos a tu juicio más destacables (comunicativos, estéticos y técnicos) y su funcionalidad.

En la primera parte el estudiante deberá señalar y explicar la diferencia entre ambos conceptos (que se pretende “vender” en una y otra).

En la segunda parte tendrá que definir el concepto de jingle publicitario.



(Pregunta 3.2, valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 4.2.

El spot presenta unos personajes muy definidos.

-¿Cuál crees que ha sido la intencionalidad en la selección y caracterización de los personajes más relevantes del anuncio?

-¿Qué estrategias y recursos publicitarios más claros reconoces en el anuncio aplicados a la intencionalidad de intervenir en la conducta del espectador?

PREGUNTA 5.1

El el spot que acabas de ver

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

-Enuncia una propuesta a modo de esquema de guión para adaptar este anuncio a una cuña radiofónica.

En la primera parte el estudiante deberá señalar y razonar las funciones publicitarias que aparecen en el anuncio.

En la segunda parte tendrá que elaborar una propuesta en la que los recursos visuales se traduzcan a sonoros y el esquema narrativo y expresivo se adapte al medio radiofónico.

(Pregunta 5.1 valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 5.2

¿Consideras que el spot se relaciona con la publicidad encubierta o subliminal?

¿Qué variaciones fundamentales plantearías, manteniendo la finalidad de la campaña, para adaptar el anuncio al medio de internet?

En la primera parte de la pregunta el estudiante deberá determinar ante que planteamiento podemos encontrarnos y razonar el porqué de su afirmación.

En la segunda parte tendrá que elaborar una propuesta en la que los recursos narrativos del medio audiovisual se modifiquen para mantener su efectividad en el medio de internet.

(Pregunta 5.2 valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 6.1

En el spot se plantea un corto trayecto con un tratamiento determinado e intencionado a nivel temporal, explica los diferentes recursos que encuentras utilizados con la finalidad de acortar o alargar o el tiempo descrito.

El estudiante deberá discriminar los recursos expresivos de acortamiento, alargamiento o elipsis temporal que aparecen en el anuncio.

(Pregunta 6.1 valoración: 2 puntos)

PREGUNTA 6.2.

-¿Cómo puede generarse en una producción audiovisual una sensación rítmica de rapidez o de lentitud?

-¿Cuales de los recursos que has planteado en tu respuesta reconoces en el presente spot?.



El estudiante deberá describir las diferentes estrategias de duración de planos y de montaje al servicio de la sensación rítmica así como determinar cuáles de ellas aparecen en el anuncio.