



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.

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.

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.

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.

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?

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.

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.

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?

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.

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?.