



CULTURA AUDIOVISUAL II

Opción A

- *Visionado de un Fragmento de la Película El Show de Truman (1998)*
- *Visionado del Spot del Lexus NX "The Art of Standing Out" (1918)*

1. *El show de Truman* es una película estadounidense que se desarrolla en torno a un programa de telerrealdad cuyo protagonista es filmado las 24 horas del día sin su conocimiento ni su consentimiento.

1.1. En el fragmento que tomamos como referencia aparece una sala de realización de un estudio televisivo. Habitualmente en estas salas hay numerosos monitores de televisión. Explica, razonadamente, cuál es la finalidad de dichas pantallas.

1.2. Identifica, en el fragmento que acabamos de ver, dos angulaciones (o posiciones de cámara) diferentes y explica el objetivo fundamental que se persigue con las mismas.

(Pregunta 1, valoración: 2 puntos)

2. Como sabemos, la música ocupa un lugar destacado en cualquier producción audiovisual. Piensa en la música del fragmento seleccionado y responde a las siguientes cuestiones:

2.1. ¿Cuál es la finalidad de dicha música? Argumenta tu respuesta.

2.2. ¿Toda la música que aparece en ese fragmento es extradiagética (incidental)? Justifica tu respuesta.

(Pregunta 2, valoración: 1 punto)

3. En *El show de Truman* todo lo que aparecía en pantalla estaba en venta, e incluso familiares y amigos de Truman publicitaban los productos que consumían y/o llevaban.

Es evidente que la publicidad está presente en todos los medios, pero ahora nos centraremos exclusivamente en el ámbito de la radio.

Explica, razonadamente, al menos una ventaja y un inconveniente de utilizar como medio la radio para hacer publicidad.

(Pregunta 3, valoración: 2 puntos)

4. En el spot del Lexus NX, a lo largo de un paseo por la ciudad, el coche se va cruzando con diversas escenas de la vida cotidiana que, sin embargo, recrean ciertas obras de arte. ¿Qué funciones comunicativas y/o estéticas reconoces en el anuncio?

(Pregunta 4, valoración: 1 punto)

5. En función de los referentes artísticos empleados ¿A qué segmento del público crees que va dirigido el spot y por qué? ¿Qué variaciones introducirías con la finalidad de recabar la atención de otro segmento de público de tu elección?

(Pregunta 5, valoración: 2 puntos)

6. Imagina una adaptación del citado spot al medio radiofónico, ¿Describe cómo plantearías acomodar o sustituir los referentes visuales manteniendo la intencionalidad de la campaña?

(Pregunta 6, valoración: 2 puntos)



CULTURA AUDIOVISUAL II

Opción B

- *Visionado de un Fragmento de la Película El Show de Truman (1998)*
- *Visionado del Spot del Lexus NX "The Art of Standing Out" (1918)*

1. *El show de Truman* es una película estadounidense que se desarrolla en torno a un programa de telerreality cuyo protagonista es filmado las 24 horas del día sin su conocimiento ni su consentimiento.

El show al que hace referencia la película se emite en directo, de modo que la duración de lo que se ve en pantalla coincide con el tiempo transcurrido en la realidad (se dice que se trata de una emisión "en tiempo real").

Sin embargo, es habitual que en el cine el tiempo cinematográfico acorte el tiempo real, y para lograrlo se aplican diferentes recursos. Explica detalladamente uno de estos recursos.

(Pregunta 1, valoración: 1 punto)

2. En la película nos dicen que el programa televisivo al que hace referencia *El show de Truman* llevaba muchos años siendo líder de audiencia.

¿Qué consideras más determinante para el éxito de audiencia de un programa, su colocación en la parrilla televisiva o su calidad intrínseca? Razona tu respuesta.

(Pregunta 2, valoración: 2 puntos)

3.1 ¿A qué llamamos ritmo cinematográfico?

3.2 ¿Cómo podemos generar en una película un ritmo lento y un ritmo rápido?

(Pregunta 3, valoración: 2 puntos)

4. En el spot del Lexus NX, a lo largo de un paseo por la ciudad, el coche se va cruzando con diversas escenas de la vida cotidiana que, sin embargo, recrean ciertas obras de arte. En tu opinión, ¿Qué relaciones se establecen entre los valores expresivos y formales de los referentes artísticos empleados y el producto a comercializar?

(Pregunta 4, valoración: 2 puntos)

5. Define la diferencia entre Publicidad Encubierta y Subliminal ¿Consideras que el spot se relaciona con alguno de estos tipos de publicidad?

(Pregunta 5, valoración: 1 punto)

6. Imagina que te proponen hacer una adaptación del citado spot al medio internet, pero en este caso, para anunciar un móvil, ¿Describe qué variaciones fundamentales plantearías manteniendo la intencionalidad de la campaña?

(Pregunta 6, valoración: 2 puntos)