

EVALUACIÓN DE BACHILLERATO PARA EL ACCESO A LA UNIVERSIDAD
212 CULTURA AUDIOVISUAL II. JUNIO 2018

INSTRUCCIONES Y PUNTUACIÓN: El examen consta de dos partes:

PRIMERA PARTE (común a las opciones A y B, máximo 4 puntos): Se proponen 6 preguntas, de las que hay que contestar 4, con una calificación máxima de 1 punto cada una. Si se contestan más de cuatro, sólo se calificarán las cuatro primeras respuestas.

SEGUNDA PARTE (máximo 6 puntos): Hay que elegir una de las opciones, A o B.

Opción A: Se propone el análisis de un anuncio de televisión con ciertos requisitos.

Opción B: Se propone el análisis de dos anuncios de publicidad, primero por separado y luego estableciendo una breve relación comparativa o diferencial entre ellos.

En ambas opciones se aportan los apartados mínimos que se deben contestar.

Los 6 puntos de esta parte se desglosan así: Adecuación del planteamiento analítico a las exigencias y necesidades de la propuesta (2p). Nivel expresivo de lenguaje específico de la materia y analítico de los contenidos adecuados con el ejercicio (2p). Adecuación de la valoración funcional, expresiva y comunicativa de la producción audiovisual o de la imagen fija (2p).

PRIMERA PARTE – PREGUNTAS

Responda 4 de las 6 preguntas. Consigne las respuestas en su cuadernillo bajo el título "PRIMERA PARTE" indicando solo el número de la pregunta y la letra de la respuesta elegida.

1. ¿Qué aparato diseñaron los precursores del sonido, Edison y Dickson?

- a) El Vitáfono.
- b) El Movitone.
- c) El Kinetófono.

2. ¿Qué decisiones se toman en la fase de desarrollo de un film?

- a) Elaboración de la idea y guion, búsqueda de inversores y contrataciones y firma de contratos.
- b) Elaboración del guion técnico y storyboard, diseño de la escenografía y casting de actores.
- c) Ensayos con actores. Lectura de guion. Ensayos de guion. Ensayos en el set.

3. ¿Cómo se llama el documento que periódicamente publica los datos de oyentes de diferentes emisoras de radio y televisión?

- a) EGM (Estudio General de Medios).
- b) MUMRTVE (Media de Usuarios de los Medios de Radio y Televisión Españoles).
- c) EMA (Estadística de Medios Audiovisuales).

4. Cuando hablamos de publicidad, ¿qué es el "emplazamiento de producto"?

- a) Insertar productos reales en un decorado.
- b) Colocar ciertos productos en los mejores sitios en las estanterías de centros
- c) Insertar un producto real en una imagen virtual.

5. El director de fotografía en una producción audiovisual se encarga fundamentalmente de:

- a) El rodaje del proyecto audiovisual.
- b) Colaborar en la planificación, composición de diferentes encuadres y en la iluminación de cada plano.
- c) Realizar el *casting* y la puesta en escena de los actores.

6. ¿Qué función desarrolla el o la SCRIPT?

- a) Es el enlace directo entre productor y director y entre el equipo y el director.
- b) Es el encargado del montaje del decorado.
- c) Evitar problemas de continuidad (raccord).

SEGUNDA PARTE - OPCIÓN A

Se analizará el anuncio de televisión "Hay amores que huelen a Nenuco", que se proyectará durante el examen, atendiendo a los siguientes apartados:

1) LA PUBLICIDAD

Definición comentada.

2) ANÁLISIS OBJETIVO. Descripción de los elementos que componen el anuncio

DESCRIBIR BREVEMENTE DE FORMA OBJETIVA LOS ESCENARIOS, PERSONAS Y ACONTECIMIENTOS NARRADOS
MARCA, PRODUCTO, RITMO DEL RELATO

VIDEO								AUDIO		
Nº Plano	Ima- gen	Tipo de plano	Angulación	Transición	Movimiento de cámara	Efectos de vídeo	Texto	Palabra hablada	Música	Efectos sonoros

(Copiar esta tabla en formato de hoja horizontal, con el número de filas que sea necesario)

REGISTRO VISUAL

COLOR, MOVILIDAD, PLANOS, EFECTOS ESPECIALES
TEXTO ESCRITO, LOGOTIPO, MARCA, ESLOGAN

REGISTRO SONORO

PALABRA, MÚSICA, EFECTOS SONOROS, SILENCIOS

3) ANÁLISIS SUBJETIVO: Interpretación

INTENCIONES COMUNICATIVAS
INTENCIÓN DEL SLOGAN
MOTIVACIONES
SIGNIFICACIÓN DE LAS IMÁGENES
RELACIÓN ENTRE LAS IMÁGENES Y EL TEXTO
PERFIL DEL CONSUMIDOR

Transcripción del audio del anuncio (segunda parte, opción A)

Voz en off:

Un día me enamoré de un desconocido que cambió mi vida.

Si no duerme, me quedo a su lado.

Si algo le duele, me duele más a mí.

Y cuando sonrío, soy la mujer más feliz.

Un día descubrí el amor más grande.

Y cuánto puedes llegar a cuidarle y mimarle.

Hay amores que huelen a Nenuco.

EVALUACIÓN DE BACHILLERATO PARA EL ACCESO A LA UNIVERSIDAD
212 CULTURA AUDIOVISUAL II. JUNIO 2018**SEGUNDA PARTE - OPCIÓN B**

Realice el análisis por separado de los dos anuncios gráficos que se aportan. Posteriormente, comente brevemente, diferencias significativas entre ambos. Para los análisis se atenderá a los siguientes apartados:

1) LA PUBLICIDAD. Definición comentada.

2) ANÁLISIS OBJETIVO. Descripción de los elementos que componen el anuncio (escenario, personajes, objetivos, etc..).

MARCA, PRODUCTO, MEDIO QUE LO DIFUNDE

ELEMENTOS DEL MENSAJE PUBLICITARIO: TEXTO, IMAGEN, FUNCIÓN

3) ANÁLISIS SUBJETIVO: INTERPRETACIÓN.

INTENCIONES COMUNICATIVAS

INTENCIÓN DEL SLOGAN

MOTIVACIONES

PERFIL DEL CONSUMIDOR

SIGNIFICACIÓN DE LA IMAGEN:

- RELACIÓN ENTRE LA IMAGEN Y EL TEXTO

- GRADOS DE SIGNIFICACIÓN DE LA IMAGEN

Transcripción del texto en la parte baja del segundo anuncio (HOY NO MUERO)

8.500 niños mueren al día por desnutrición.

Contigo estamos haciendo que esa cifra sea menor.

Ponte en acción.

ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE

¿Por qué tus historias se convierten
en épicas de tanto compartirlas?

**NO BEBEMOS
PARA OLVIDAR,
BEBEMOS PARA
DISFRUTAR.**



SIENTE EL SABOR[®]

Coca-Cola, Coca-Cola Zero, el diseño rojo y la botella Contour son marcas registradas de The Coca-Cola Company

HOY NO MUERO



8.500 niños mueren al día por desnutrición.
Contigo estamos haciendo que esa cifra sea menor.
Ponte en acción.

