

PROVES D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT

PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

CONVOCATÒRIA: SETEMBRE 2020

CONVOCATORIA: SEPTIEMBRE 2020

Assignatura: CULTURA AUDIOVISUAL II

Asignatura: CULTURA AUDIOVISUAL II

BAREMO DEL EXAMEN:

El alumno/a deberá contestar 4 preguntas en total:

- Tres preguntas con valor de 2 puntos cada una (a elegir entre las numeradas del 1 al 6)
- Una pregunta con valor de 4 puntos (a elegir entre las numeradas como 7 y 8).
- El valor total del examen es de 10 puntos

BAREM DE L'EXAMEN:

- L'alumne/a ha de respondre 4 preguntes en total.
- Tres preguntes amb un valor de 2 punts cadascuna (a triar entre les numerades del 1 al 6).
- Una pregunta amb un valor de 4 punts (a triar entre les numerades com a 7 i 8).
- El valor total l'examen és de 10 punts.

- 1. Comenta al menos dos diferencias narrativas entre la comedia de chiste visual y la comedia sonora. Señala un ejemplo de cada una de ellas. (2 puntos)**
Comenteu almenys dues diferències narratives entre la comèdia d'acudit visual i la comèdia sonora. Poseu un exemple de cadascuna. (2 punts)
- 2. Define las funciones principales del productor/a en el contexto de la industria cinematográfica. Sírvete de ejemplos. (2 puntos)**
Definiu les funcions principals del productor/a en el context de la indústria cinematogràfica. Feu servir exemples. (2 punts)
- 3. En tu opinión, ¿crees que los programas informativos en televisión “informan”, en un sentido estricto, o más bien “entretienen”? Razona tu respuesta. (2 puntos)**
Segons la vostra opinió, penseu que els programes informatius en televisió “informen” en un sentit estricte, o més aïna “entretenen”? Raoneu la resposta. (2 punts)
- 4. Explica qué es la voz en off. Indica dos ejemplos. (2 puntos)**
Expliqueu què és la veu en off. Poseu-ne dos exemples. (2 punts)
- 5. Explica en qué consiste la localización de exteriores, y en qué fase de la producción se realiza (preproducción, producción, postproducción, promoción, etc.) y, descríbela. (2 puntos)**
Expliqueu en què consisteix la localització d'exterior i en quina fase de la producció es porta a terme (preproducció, producció, postproducció, promoció, etc.), i descriviu-la també. (2 punts)
- 6. ¿De qué modo han influido las tecnologías digitales, en especial, la aparición de las redes sociales, en el campo de la radio y de la televisión? (2 puntos)**
De quina manera han influït les tecnologies digitals –i en especial, l'aparició de les xarxes socials– en el camp de la ràdio i la televisió? (2 punts)

7. Ordena el siguiente grupo de imágenes para que formen una secuencia narrativa coherente tipo *storyboard*. Justifica la ordenación haciendo referencia a los planos y los recursos expresivos de los elementos representados. Señala la intención persuasiva de la marca publicitaria. (4 puntos)

Ordeneu el grup d'imatges següent de manera que formen una seqüència narrativa coherent del tipus guió il·lustrat. Justifiqueu l'ordenació fent referència als plans i als recursos expressius dels elements representats. Assenyaleu la intenció persuasiva de la marca publicitària. (4 punts)



→

Storyboard para ColaCao “ColaCao en tú tazón, el desayuno campeón”. Agencia: DDB
 Guió il·lustrat per a ColaCao “ColaCao en tú tazón, el desayuno campeón”. Agència: DDB

8. Analiza la siguiente imagen publicitaria en sus dos niveles, denotativo y connotativo. Identifica al público destinatario de esta pieza. Opina sobre la eficacia potencial de las campañas de comunicación y su capacidad persuasiva. Propón un eslogan alternativo. (4 puntos)

Analitzeu la imatge publicitària següent tant en el nivell denotatiu com en el connotatiu. Identifiqueu el públic destinatari d'aquesta peça. Opineu sobre l'eficàcia potencial i la capacitat persuasiva de les campanyes de comunicació. Proposeu-hi un eslògan alternatiu. (4 punts)



Eslogan: “Las sobras de comida no son comida para tu perro”. Runderkraal – Publicis para Purina (Colombia)
Eslògan: “Las sobras de comida no son comida para tu perro”. Runderkraal-Publicis per a Purina (Colòmbia)