

MATERIA: CULTURA AUDIOVISUAL II EBAU2020

ESTRUCTURA DEL EXAMEN

(enero 2020)

De acuerdo con las decisiones tomadas en la reunión de coordinación del día 6/11/2018, la estructura del examen constará de dos bloques:

Bloque I (4 puntos)

Este bloque presenta dos baterías de preguntas.

- a. Batería de cuatro preguntas cerradas tipo test, de las cuales el estudiante tendrá que contestar a tres (3 puntos, uno por respuesta válida).
- b. Batería de dos preguntas cortas abiertas, de las cuales el estudiante tendrá que contestar a una (1 puntos, uno por respuesta válida).

Los enunciados se extraerán del conjunto de las 61 preguntas que se adjuntan. Si el estudiante contesta más preguntas de las permitidas, solo se valorarán las tres primeras respuestas en el primer caso y la primera respuesta en el segundo.

Bloque II (6 puntos)

En la segunda parte del examen, el estudiante tendrá que analizar un anuncio de publicidad. Para ello, se ofrecerán dos opciones para que desarrolle una de ellas.

- a. La primera será un análisis de un anuncio de publicidad impreso, atendiendo a un modelo con los puntos que debe contemplar. Se tendrá en cuenta el grado de complejidad del anuncio.
- b. La otra opción consistirá en el análisis de un anuncio de televisión que tendrá una duración de 20 segundos, aproximadamente, siguiendo un modelo con los puntos que se deben contemplar y que ayudará a la estructuración del contenido de la pregunta.

Esta última parte de análisis del examen tendrá una valoración total de 6 puntos, y se valorará la claridad expositiva y analítica del estudiante.

Se adjunta a continuación:

ANEXO I: CULTURA AUDIOVISUAL EBAU 2020: PREGUNTAS DE LA PRIMERA PARTE.

ANEXO II: CULTURA AUDIOVISUAL EBAU 2020: MODELO DE ANÁLISIS PARA LA SEGUNDA PARTE.

ANEXO I

CULTURA AUDIOVISUAL EBAU2020: PREGUNTAS DE LA PRIMERA PARTE

61 PREGUNTAS CULTURA AUDIOVISUAL II – JUNIO / SEPTIEMBRE 2020

PREGUNTAS TIPO TEST

1.- Cuando definimos un sonido como agudo o grave. ¿A cuál de sus características físicas nos estamos refiriendo?

- Tono.
- Timbre.
- Intensidad.

2.- ¿A qué velocidad se transmite el sonido?

- Aproximadamente a 660 metros por segundo.
- Aproximadamente a 425 metros por segundo.
- Aproximadamente a 330 metros por segundo.

3.- El sonido, al igual que la luz, se puede transmitir en el vacío.

- Verdadero.
- Falso.

4.- El timbre de un sonido depende de:

- Los armónicos que acompañan a su frecuencia fundamental.
- El número de decibelios (dB) que tiene.
- Su frecuencia fundamental, que se mide en hertzios (Hz).

5.- Cuando se hace un “paneo”, en una mezcla de sonido, se busca recrear...

- Un plano vertical (altura).
- Un plano horizontal (ancho).
- Un plano de profundidad.

6.- La calidad de una grabación digital aumenta si:

- La frecuencia de muestreo es alta y el número de “bits” por muestra es bajo.
- La frecuencia de muestreo es baja y el número de “bits” por muestra es alto.
- Son altos los dos.

7.- Indica cuál de las siguientes expresiones es la correcta:

- Los gags físicos son las unidades que estructuran la comedia de chiste visual.
- La estructura de la comedia de chiste visual se apoya en la psicología de los personajes.
- La ridiculización de la autoridad o de los personajes poderosos aparece con la comedia de chiste “sonoro”.

8.- Una de las siguientes expresiones es falsa. Señala cuál.

- Siempre debe existir correspondencia realista entre sonido e imágenes.
- El sonido potencia el fuera de campo.
- Con el cine sonoro aparece la utilización expresiva del silencio.

9.- Un personaje está en una casa y se alarma al oír la sirena de un coche de policía. Ni él ni el espectador ve dicho coche. El sonido es:

- Diegético en campo.
- Diegético fuera de campo.
- Extradiegético.

10.- ¿Cómo llamamos al proceso de digitalización de audio?

- A este proceso se le llama muestreo o sampling.
- A este proceso se le llama conversión digital auditiva.
- Al proceso de digitalización de audio se le llama rango dinámico.

11.- ¿Qué tipo de formato es el denominado como WAV?

- Es un formato de audio original, sin comprimir.
- Es un formato de compresión con pérdidas o Lossy.
- Es un formato de compresión sin pérdidas o Lossless.

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

- El Vitáfono.
- El Movitone.
- El Kinetófono.

13.- ¿Cuáles son los elementos principales de una banda sonora?

- La música, los diálogos, los efectos sonoros, los ambientes y el silencio.
- La música, los diálogos, los efectos sonoros, los sonidos y el silencio.
- La música, los diálogos, los ambientes, el silencio y el montaje.

14.- Identifique la respuesta correcta en esta cuestión.

- El Slapstick es un género de comedia de payasadas y bufonadas.
- El Slapstick es un género de drama trágico con final abierto.
- El Slapstick es un género de suspense y terror.

15.- ¿Qué es el Foley?

- Son compilaciones de grabaciones de sonidos.
- Son pistas de sonido de gran longitud que además se complementan con una variedad de efectos sonoros.
- Es el arte de hacer sonidos para una serie de imágenes grabadas previamente.

16.- ¿Existen los géneros radiofónicos?

- Sí, son estructuras definidas con las que podemos trabajar distintos temas o materias narradas.
- Sí, como los de tipo Magazine, informativos, culturales, concursos, deportivos, etc.
- No, solo existen los programas radiofónicos.

17.- Micrófono omnidireccional recoge el sonido...

- Solo de lo que hay delante.
- En un ángulo de 90º hacia abajo.
- En todas las direcciones.

18.- ¿Qué etapa de las que se relacionan abajo no se integra en la fase de postproducción de un producto audiovisual?

- Edición y montaje.
- Diseño de escenografía.
- Sonorización.

19.- El primer del gag o chiste visual de la historia del cine aparece en la película “El regador regado” dirigida por:

- Auguste y Louis Lumière, en 1895.
- George Méliès, en 1899.
- Jean Cocteau, en 1902.

20.- ¿Qué es un sketch?

- Anuncia la llegada de un colaborador habitual.
- Pequeña pieza dramatizada generalmente humorística.
- Presentación o sumario de un programa de radio.

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

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

22.- ¿Qué función desarrolla el o la SCRIPT?

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

23.- Ordena las actividades que comúnmente ocurren durante la postproducción audiovisual.

- Ingesta, calificación, niveles y corrección, edición.
- Calificación, ingesta, niveles y corrección, edición.
- Calificación, ingesta, edición, niveles y corrección.

24.- ¿Cómo se realiza el efecto denominado retroproyección?

- Delante de los actores se coloca una pantalla transparente y frente a ellos un aparato de proyección.
- A la inserción digital de los actores dentro de fondos tipo “retro”.
- Detrás de los actores se coloca una pantalla transparente y tras ella un aparato de proyección.

25.- ¿Qué entenderías bajo el término de “cámara freelance”?

- Al profesional libre que se encarga de grabar imágenes y ponerlas a disposición de las agencias de noticias y/o programas.
- A una mini cámara capaz de grabar bajo condiciones adversas.
- A un tipo de plano de grabación de vídeo.

26.- ¿En qué consiste la técnica llamada “noche americana”?

- Es una técnica utilizada para simular una ambientación nocturna en una escena rodada a la luz del día.

- Es una técnica utilizada para simular una ambientación nocturna americana en una escena rodada en otro país.
- Es una técnica utilizada para simular una ambientación nocturna tipo película de género Western.

27.- Ordena los procesos que acontecen en una producción audiovisual.

- Preproducción, desarrollo, rodaje o producción y postproducción.
- Preproducción, rodaje o producción, desarrollo, y postproducción.
- Desarrollo, preproducción, rodaje o producción y postproducción.

28.- ¿Qué función desempeña el encargado de la “foto fija” en la producción de un film?

- Es la persona encargada de fotografiar mientras se está filmando. Estas imágenes son utilizadas para la publicidad y promoción de la película.
- Se encarga del mantenimiento exhaustivo de la cámara y sus accesorios.
- Es la persona que maneja la cámara. Trabaja bajo la supervisión del director de fotografía.

29.- El productor es el responsable último de:

- Las competencias financieras relacionadas con un proyecto audiovisual
- La organización de los recursos humanos y técnicos del proyecto audiovisual
- Las dos respuestas son válidas

30.- ¿Por qué la relación de aspecto de un televisor era antiguamente de 4/3?

- Porque era el formato utilizado en el cine clásico.
- Porque era el tamaño máximo posible para la emisión de calidad.
- Porque las primeras cámaras de televisión eran de ese formato.

31.- ¿Qué es la contraprogramación televisiva?

- Abrir la franja horaria con un programa con buen índice de audiencia con el objetivo de que atrape al espectador y se mantenga en el canal.
- Colocar un programa nuevo entre dos programas con buen índice de audiencia.
- Cambiar un programa de la parrilla por otro, a última hora, sin avisar a la competencia.

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

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

33.- ¿En qué tipo de programas lo que el espectador ve está grabado con anterioridad a su emisión?

- Documental.
- Retardo.
- Diferido.

34.- ¿Qué se entiende en la emisión radiofónica por una “desconexión”?

- Al corte de emisión debido a fallos técnicos.
- Al silencio generado por el locutor cuando no tiene un componente sonoro bajo su voz.
- A los cambios de emisión de una emisora nacional por una emisora local.

35.- Identifique la respuesta correcta en esta cuestión. En los diferentes programas de radio y televisión...

- ...la Audiencia de los programas más vistos se elabora gracias a la publicidad.
- ...el Share indica la audiencia de personas que ven un programa.

- ...conocer la audiencia de un programa no es importante para los distintos canales o emisoras.

36.- En España, encontramos los siguientes canales públicos de radiotelevisión:

- TVE
- Telecinco
- La Sexta

37.- En el lenguaje radiofónico. ¿Qué es una elipsis?

- La supresión de un elemento de la frase que se da por sobrentendido.
- Emplear un rodeo para no repetir una palabra.
- Alterar el orden lógico de la oración.

38.- ¿Cuál fue el primer paso en la invención de la televisión?

- El Kinetoscopio de Edison.
- El Movitone de los hermanos Lumière.
- El Disco de Nipkow.

39.- ¿En qué década aparecieron en España las cadenas de capital privado?

- En la década de los 80.
- En la década de los 90.
- En la década de los 70.

40.- Cuando hablamos de publicidad, ¿qué es el “emplazamiento de producto”?

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

41.- ¿Qué misión desempeña el realizador de un programa de televisión?

- Dirige el programa y controla a todos los equipos de trabajo.
- Decide la disposición de las cámaras, los tipos de plano y la combinación de los mismos dentro del programa.
- Figura propia de grabación en plató. El regidor sirve de enlace entre el estudio y el control.

42.- En publicidad, ¿qué es un *slogan*?

- Un dibujo aclaratorio.
- Una música pegadiza.
- Una frase ingeniosa.

43.- El “sponsoring”, “publicidad blanca” y “mecenazgo”...

- ...son algunos tipos en emplazamientos publicitarios en programas audiovisuales.
- ...son estilos publicitarios con fines sociales.
- ...son los mensajes alternativos que nos ofrece la publicidad para desarrollar el sentido crítico.

44.- El uso de imágenes estereotipadas en la publicidad...

- ...es la única forma que ésta tiene para posicionar lo mejor posible su mensaje.
- ...depende del sentido estético que posea el consumidor.
- ...son siempre éticamente cuestionables por las consecuencias negativas que pueden tener sobre un público con bajo sentido crítico.

45.- La lectura connotativa de una imagen...

- ...surge de cómo consecuencia de su contemplación y decir rápidamente lo que se ve, de manera descriptiva, rápida, práctica y lógica.
- ...nos permite llegar al sentido simbólico de ésta reflexionando sobre las múltiples posibilidades evocadoras que nos sugiere.
- ...es la representación simplificada de un objeto o concepto complejo.

46.- ¿Qué se entiende bajo el concepto “Spam”?

- Son los mensajes publicitarios que aparecen en ventanas flotantes cuando se navega por páginas de Internet. Dichas ventanas surgen por el propio registro del historial de navegación.
- Es la denominación del correo electrónico no solicitado que recibe una persona. Dichos mensajes, también llamados “correo no deseado” o “correo basura”, suelen ser publicidades de toda clase de productos y servicios.
- Es la denominación que se aplica a los fraudes comerciales que se producen en Internet debido al robo de los datos personales y bancarios del usuario.

47.- En el análisis de una imagen ¿Qué entendemos bajo el término “valores formales”?

- La observación de elementos como el tamaño, el formato, el color, el ritmo y la multiplicidad de estímulos.
- Los aspectos relacionados con la estética de la imagen.
- La capacidad que la imagen posee para reclamar nuestra atención por medio de los estímulos visuales.

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

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

49.- Identifique la respuesta correcta en esta cuestión. Los programas televisivos se pueden clasificar en distintos géneros como:

- Cinematográficos, musicales, informativos, deportivos, concursos...
- Deportivos, comedias, ciencia, ficción, musicales, suspense...
- Musicales, informativos, terror, culturales, comedia...

50.-La comedia de situación televisiva o *sitcom* clásica:

- Tiene una duración estandarizada en torno a 22 minutos
- Es uno de los productos más habituales de género de comedia en España
- La grabación se realiza principalmente en localizaciones exteriores

51.- Identifique la respuesta correcta en esta cuestión.

- Buster Keaton y Woody Allen son los principales representantes de la comedia visual.
- Buster Keaton y Harold Lloyd son los principales representantes de la comedia visual.
- Woody Allen y Max Sennett son los principales representantes de la comedia visual.

52.- Identifique la respuesta correcta.

- La Banda Sonora disminuye la sensación de realidad en las producciones audiovisuales.
- La Banda Sonora aumenta la sensación de realidad en las producciones audiovisuales.
- La Banda Sonora quita dramatismo a los personajes en las producciones audiovisuales.

53.- La producción de un producto audiovisual supone la gestión de recursos materiales y técnicos. Este proceso se divide en:

- Grabación y montaje
- Pre-producción, Producción, Post-producción
- Escritura, financiación y comercialización

PREGUNTAS CORTAS ABIERTAS

54.- En una narración audiovisual, ¿en qué consiste un sonido extradiegético?

55.- En una narración audiovisual, ¿en qué consiste la voz en off?

56.- ¿Qué es un croma?

57.- La plataforma Netflix es una plataforma audiovisual de streaming bajo demanda. ¿En qué consiste esta manera de distribución de contenido audiovisual?

58. – Defina qué es un podcast.

59.- Dentro de una producción audiovisual, ¿quién es el productor audiovisual?

60.- En televisión, ¿en qué consiste el género de infoentretenimiento o *infotainment*?

61.- Defina en qué consiste la publicidad.

ANEXO II

CULTURA AUDIOVISUAL EBAU2019:

MODELO DE ANÁLISIS PARA LA SEGUNDA PARTE DEL EXAMEN

ANÁLISIS DE UN ANUNCIO IMPRESO

- 1) **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

- Slogan. Figuras literarias.
- Cuerpo del texto
- Tipo y tamaño de la letra

IMAGEN

- Formato
- Procedimientos, técnicas y recursos expresivos (retórica de la imagen)
- Elementos que configuran la imagen
 - Puntos, líneas, formas
 - Textura
 - La luz: clases y direcciones
 - Color
 - Encuadre: escala, angulación
 - Composición: tipos de composición, centros de interés, relación figura fondo...

FUNCIÓN: Identificar que función o funciones cumple aplicadas a l anuncio (de información, persuasión, económica, desproblematizadora, estética...)

- 2) **ANÁLISIS SUBJETIVO: INTERPRETACIÓN.**

INTENCIONES COMUNICATIVAS

INTENCIÓN DEL SLOGAN

MOTIVACIONES (Bienestar, amistad, aventura, sexo, reconocimiento social...)

SIGNIFICACIÓN DE LA IMAGEN: (Explicación de las razones posibles que justifiquen el tipo de imagen, composición, el color, etc...)

RELACIÓN ENTRE LA IMAGEN Y EL TEXTO

GRADOS DE SIGNIFICACIÓN DE LA IMAGEN (Iconicidad, monosemia, polisemia, originalidad, simplicidad/complejidad...)

PERFIL DEL CONSUMIDOR (Edad, género, grupo social, poder adquisitivo, etc...).

ANÁLISIS DE UN ANUNCIO DE TELEVISIÓN

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

DESCRIBIR DE FORMA OBJETIVA LOS ESCENARIOS, PERSONAS Y ACONTECIMIENTOS NARRADOS

MARCA

PRODUCTO

RITMO DEL RELATO. Montaje (Lento, rápido, dinámico...).

ANÁLISIS DE LOS FOTOGRAMAS QUE LO COMPONEN (Análisis objetivo)

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

EL REGISTRO VISUAL

1. COLOR.

El cromatismo es fundamental para desentrañar el funcionamiento de los anuncios. Deberemos observar la presencia o ausencia del color, la gama dominante, la relación de los colores (armonía y contraste), la saturación y la autenticidad del color.

2. MOVILIDAD

El de la realidad filmada y el de la cámara.

3. PLANOS

Unidad de análisis de las imágenes. Número de planos, duración media, articulación y frecuencia de escala (cantidad de planos de distintos tipos que aparecen). Esta cuestión puede ser un resumen comentado de la tabla descrita en el apartado objetivo de análisis de fotogramas.

4. EFFECTOS ESPECIALES

La presencia de efectos especiales suele ser bastante característica de ciertos anuncios.

5. TEXTO ESCRITO, LOGOTIPO, MARCA, ESLOGAN

La presencia del texto escrito sobreimpreso en la pantalla, así como la aparición de logotipos y marcas, puede resultar muy significativo.

Slogan. Figuras literarias.

Tipo y tamaño de letra.

REGISTRO SONORO

1. PALABRA.

Centrar la observación en la importancia del slogan, y en la voz en off, determinar cuáles son y con qué frecuencia se producen.

2. MÚSICA.

Identificación del tipo de música (Clásicas - cultas, popular – culta, popular – comercial, folclórica, etc.) así como su relación con el producto y perfil del consumidor potencial.

3. EFFECTOS SONOROS.

Con el fin de potenciar su impacto perceptivo algunos anuncios acompañan su acción de efectos sonoros creados artificialmente.

4. SILENCIOS.

El silencio es un recurso sonoro no demasiado utilizado y que por el contrario suele ser bastante ruidoso y llamativo.

2) ANÁLISIS SUBJETIVO: INTERPRETACIÓN.

INTENCIONES COMUNICATIVAS

INTENCIÓN DEL SLOGAN

MOTIVACIONES (Bienestar, amistad, aventura, sexo, reconocimiento social...)

SIGNIFICACIÓN DE LAS IMÁGENES: (Explicación de las razones posibles que justifiquen el tipo de imagen, composición, el color, etc...)

RELACIÓN ENTRE LAS IMÁGENES Y EL TEXTO

PERFIL DEL CONSUMIDOR (Edad, género, grupo social, poder adquisitivo, etc...).