



Evaluación para el Acceso a la Universidad
Convocatoria de 2017

Materia: **CULTURA AUDIOVISUAL**

INSTRUCCIONES:

*Debes elegir entre la Propuesta A y la Propuesta B, y desarrollarla íntegramente
Debes contestar a las preguntas de opción múltiple y semiabiertas en el cuadernillo de examen, no aquí
Las preguntas de opción múltiple erróneas no restan*

PROPUESTA A

OPCIÓN MÚLTIPLE

1. ¿En qué se mide la frecuencia de una onda sonora? (0,5 puntos)
 - a) en decibelios.
 - b) en hertzios.**
 - c) en segundos.

2. El objetivo de una realización multicámara en TV es... (0,5 puntos)
 - a) emitir en directo, evitando así el crear un producto “enlatado”
 - b) crear organización en plató
 - c) crear un producto tan acabado como sea posible para recurrir cuanto menos posible a la postproducción**

3. ¿Qué surgió en Hollywood en los años 30 como método de identificación entre el público y los actores, para así poder explotar una imagen de cercanía de los actores y fidelizar a los espectadores? (0,5 puntos)
 - a) el Star system**
 - b) la General Films Company
 - c) la United Artist

4. La colocación previo pago de productos integrados dentro de un guión televisivo o cinematográfico de manera que aparezca en las escenas con lógica y naturalidad es lo que se conoce como... (0,5 puntos)
 - a) publicidad subliminal
 - b) mercado encubierto
 - c) emplazamiento de producto**

PREGUNTAS SEMIABIERTAS

5. El estudio de la captación y reproducción de los sonidos mediante aparatos eléctricos se llama **electroacústica** (0,5 puntos)
6. El documento de producción que contiene toda la información necesaria para ejecutar cada uno de los planos que la obra audiovisual requiere es el **guión técnico** (0,5 puntos)
7. Los productos audiovisuales realizados exclusivamente con los medios técnicos y humanos de la misma cadena se llaman de producción **propia** (0,5 puntos)
8. Quien ordena los planos de un producto audiovisual en postproducción dotándolos de sentido, siguiendo las directrices del guión, y teniendo en cuenta el punto de vista del productor y del director es el **montador** (0,5 puntos)

INSTRUCCIONES:

*Debes elegir entre la Propuesta A y la Propuesta B, y desarrollarla íntegramente
Debes contestar a las preguntas de opción múltiple y semiabiertas en el cuadernillo de examen, no aquí
Las preguntas de opción múltiple erróneas no restan*

PREGUNTAS ABIERTAS

Desarrolla las siguientes cuestiones:

9. Explica las características técnicas y expresivas del lenguaje televisivo. (3 puntos)

*Sobre características técnicas y expresivas del **lenguaje** televisivo hace referencia a la **forma de hacer y de contar televisión**, no a aspectos técnicos de funcionamiento. Por lo tanto:*

Características técnicas:

- *la realización multicámara*
- *el concepto de continuidad*

Características expresivas:

- *lenguaje fragmentado*
- *sin cierre*
- *busca espectacularidad*
- *incita al consumo*
- *banaliza los contenidos*
- *medio caliente*

10. Analiza el siguiente anuncio publicitario, identificando el tipo de publicidad, el público objetivo, las figuras retóricas y el uso de estereotipos. (3 puntos)



(Traducción: Doma el pelo más salvaje)

Publicidad:

- **Comercial**

Target:

- Edades 20-35
- Clase media

Figuras retóricas:

- **Prosopopeya** (atribución de actitudes humanas a animales u objetos)
- **Metáfora** (uso de una imagen para significar otra)

Estereotipos: -



INSTRUCCIONES:

*Debes elegir entre la Propuesta A y la Propuesta B, y desarrollarla íntegramente
Debes contestar a las preguntas de opción múltiple y semiabiertas en el cuadernillo de examen, no aquí
Las preguntas de opción múltiple erróneas no restan*

PROPUESTA B

OPCIÓN MÚLTIPLE

1. El sonido se transmite con más velocidad a través de... (0,5 puntos)
 - a) un medio líquido
 - b) un medio sólido**
 - c) un medio gaseoso

2. El equipo encargado de la gestión de los recursos humanos, técnicos y económicos de un producto audiovisual es... (0,5 puntos)
 - a) el equipo de dirección
 - b) la dirección artística
 - c) el equipo de producción**

3. El modelo de radio especializada que mantiene una estructura formal repetitiva durante las 24 horas del día se llama... (0,5 puntos)
 - a) radiofórmula**
 - b) radio generalista
 - c) radio informativa

4. Al texto breve que acompaña a un anuncio y que busca originalidad para llamar la atención del público objetivo le llamamos... (0,5 puntos)
 - a) target
 - b) spot
 - c) slogan**

PREGUNTAS SEMIABIERTAS

5. La música que ocurre motivada desde dentro de la acción se llama música **diegética** (0,5 puntos)

6. En los años 70 la sensibilidad del celuloide era demasiado baja para grabar escenas nocturnas con nitidez suficiente, por lo que se inventó **la noche americana** en realización cinematográfica. (0,5 puntos)

7. La pieza clave de programación sobre la que se articula la oferta y las necesidades de producción de una cadena de radio o de televisión se llama **parrilla** (0,5 puntos)

8. A la franja horaria que concentra mayor volumen de audiencia del día (de las 21:00 a las 00:00h) se le llama **prime time** (0,5 puntos)

INSTRUCCIONES:

*Debes elegir entre la Propuesta A y la Propuesta B, y desarrollarla íntegramente
Debes contestar a las preguntas de opción múltiple y semiabiertas en el cuadernillo de examen, no aquí
Las preguntas de opción múltiple erróneas no restan*

PREGUNTAS ABIERTAS

Desarrolla las siguientes cuestiones:

9. Explica e ilustra en qué consiste el *product placement* o emplazamiento de producto, la publicidad encubierta y la publicidad subliminal. (3 puntos)

Emplazamiento de producto y publicidad encubierta son cuestiones similares, aunque tienen diferencias significativas:

El *product placement* hace referencia a la [colocación de productos para que intervengan en mayor o menor medida en la narración](#) de un producto audiovisual, mientras que la publicidad encubierta puede darse en otros formatos, como por ejemplo en [patrocinios encubiertos](#) en [algunos espacios televisivos](#) o, ya con más vinculación a situaciones ligadas a nuevas formas de comunicación, en la [publicación de productos en redes sociales por personajes famosos](#).

Publicidad subliminal es uso de elementos publicitarios que el espectador percibe en el umbral de la cognición y que (supuestamente) tiene el poder de modificar su conducta (experimento CocaCola/palomitas de James Vicary, 1957, luego demostrado falso)

10. Analiza el siguiente anuncio publicitario, identificando el tipo de publicidad, el público objetivo, las figuras retóricas y el uso de estereotipos. (3 puntos)



Publicidad:

- **Comercial**

Target:

- Edades 30-45
- Clase media/alta

Figuras retóricas:

- **Metonimia** (transferencia asociativa del sentido: producto-ama de casa)
- **Sinécdoque** (asociación del todo por la parte: salón-hogar)
- **(Anáfora)**, repetición de una o varias partes)

Estereotipos:

- **Utilización de la mujer** con el rol de limpiadora del hogar, junto al slogan "Haz de tu casa un hogar"