UNIVERSIDAD DE LA RIOJA	**PRUEBA DE EVALUACIÓN DE BACHILLERATO PARA EL ACCESO A LA UNIVERSIDAD (EBAU)** **Curso Académico:** 2020-2021 **Asignatura:** CULTURA AUDIOVISUAL II

BLOQUE I

<u>Elige una</u> de estas dos preguntas y respóndela (cada una vale 5 puntos)

Pregunta 1A.

Dibuja en las viñetas del cuadernillo de respuestas un *storyboard* con tres planos cinematográficos que ayuden a narrar visualmente tres partes de este texto:

Juan se baja del autobús en frente del bar de Ángela. Enfila hacia la casa familiar por la calle vacía. Lleva a la espalda una pequeña mochila de color azul en la que ha metido lo básico. En la plaza se cruza con una vecina que le da el pésame y le dice: Qué pena tu padre, y lo que ha pasado. Y tu madre, hay que ver esa mujer, que da lástima verla. Juan intenta cortar su monólogo sin éxito porque cada vez que hace amago de seguir su camino la mujer le agarra el brazo. Tiene que venir a rescatarlo Dolores, otra vecina, que ha observado la escena desde la distancia. Venga, Angustias, le dice a la vieja. Deja al muchacho, que vendrá cansado y tiene todavía mucho por delante.

(Jesús Carrasco, *Llévame a casa*)

Explica tus decisiones en cada uno de los casos en el recuadro que está debajo de las viñetas, atendiendo a los siguientes aspectos:

1.Tipo de plano.
2.Angulación de cámara.
3.Movimiento de cámara.
4.Personajes.
5.Diálogos.
6.Sonido
7.Duración

Pregunta 1B.

Tomando como base este fotograma de un spot publicitario, responde a las siguientes preguntas razonando todas tus respuestas:

La imagen reproducida es un fotograma de un spot televisivo para anunciar una marca de cerveza. Cuenta la alegría del reencuentro en los bares después del confinamiento.

Nombra las características que definirían la secuencia a la que pertenece: ¿interior o exterior?, ¿noche /día?, localización.

Relata el argumento de la secuencia a la que pertenece esta imagen o a la que pertenecería tal como tú la imagines.

Explica qué tipo de plano se ha utilizado, qué angulación de cámara, qué altura de cámara, qué colores se utilizan, cómo habría que rodarlo para hacer un seguimiento de los actores y actrices y poner de relieve el producto anunciado, y el porqué de todos estos aspectos.

Explica qué tipo de sonidos son los que lo acompañan, ¿pondrías algún tipo de voz?, ¿utilizarías música?, ¿de qué tipo y por qué?; ¿utilizarías sonido ambiente?, ¿de qué tipo y por qué?, ¿y efectos?, ¿cuáles y por qué?

A qué público crees que va dirigido el anuncio.

¿Qué recursos tiene la imagen que analizas para vender el producto?

¿Qué recursos tiene el anuncio en su conjunto para vender el producto o, si no conoces el anuncio, qué recursos utilizarías tú para hacerlo atractivo?

BLOQUE II

<u>Elige 10</u> de estas 20 preguntas y respóndelas (cada una vale 0.5 puntos)

2. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿Qué es el sonido sincronizado?

a Breve solapamiento de dos sonidos, originalmente procedentes de dos bandas distintas.

b Sonido que se oye en conjunción directa con su fuente en la imagen.

c Sonido que resulta de combinar todas las bandas de diálogo, música y efectos sonoros.

3.

¿Cómo se denomina en cine al sonido que oímos al mismo tiempo que vemos la fuente que lo produce?

4. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿Cuál es la función principal del Estudio General de Medios (EGM)?

a La realización de informes sobre los abusos de la publicidad en los medios de comunicación.

b La investigación de las audiencias de los diferentes medios.

c La realización de estadísticas sobre las ventas de aparatos multimedia, de telefonía y televisión.

5. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿Cómo se denomina al conjunto de emisiones periódicas transmitidas por televisión o radio, agrupadas bajo un título o cabecera común?

a Programa
b Informativos
c Serie

6. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿De qué se encarga un o una script en una producción audiovisual?

a Es la persona responsable del mantenimiento de la continuidad entre un plano y otro, gracias a la redacción de un informe en el que especifica todos y cada uno de los detalles de cada toma.

b Es la persona encargada de realizar el *storyboard* en la fase de preproducción.

c Es la persona responsable de los equipos eléctricos en un rodaje.

7. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿De qué se encarga el director artístico en un rodaje?

a De materializar las ideas del diseñador de producción para mostrarlas en pantalla.
b De ayudar a los actores y actrices en la interpretación.
c De realizar el plan diario de filmación y de ayudar al director en las labores más creativas del rodaje.

8.

¿Cómo se denomina la serie de viñetas que representan los planos individuales que deben filmarse en el rodaje de una película?

9.

¿Cómo se denomina al técnico de sonido responsable de la adecuada colocación de los micrófonos, a veces con la ayuda de una jirafa o pértiga?

10. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿Qué es la publicidad encubierta?

a Es la técnica que consiste en la inserción de un producto, marca o mensaje (mostrado, citado o utilizado por los actores) dentro de la narrativa de un programa.

b Es el mensaje audiovisual (compuesto por imágenes y sonidos) que se emite por debajo del umbral de percepción consciente y que incita al consumo de un producto.

c Es el conjunto de técnicas publicitarias que, a través de estudios de mercado, tratan de cubrir los gastos de producción y asegurar el máximo beneficio en la venta de un producto.

11.

Nombra la herramienta esencial para que los medios de comunicación se puedan financiar sin pagar ningún precio a cambio.

12. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿Qué es la voz en *off*?

a La voz de un diálogo que no sirve para el montaje final por tener algún tipo de fallo.

b Una voz que no pertenece sincrónicamente a ningún personaje que esté hablando en pantalla.

c La voz de un personaje que está en cuadro pero se le ve desenfocado.

13.

¿Cómo se denomina la comedia cinematográfica de carácter humorístico, con dosis de acción violenta o agresiva como fuente de su comicidad?

14.- Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿De qué se ocupa la propaganda?

a De la comunicación publicitaria que afecta solo a un sector concreto de la población.

b De la comunicación que tiene como objetivo influir en la actitud de una comunidad respecto a alguna causa, presentando solamente un lado o aspecto de ciertos argumentos.

c De la estrategia de comunicación que adapta formatos informativos y los hace aptos para el buzoneo.

15. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿En qué tipo de programas no se deberían expresar opiniones personales ni mucho menos juicios de valor?

a Los publicitarios

b Los informativos

c Los deportivos

16. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿De qué se encarga un editor o editora en cine?

a De unir la película filmada y darle su forma definitiva.

b De la publicación del guion y del *storyboard.*

c De realizar las auditorías a los productores de cine.

17. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿Qué personas están en el equipo de dirección de arte?

a Escenógrafo, carpintero, diseñador de vestuario, maquillador y peluquero.
b Foto fija, equipo de eléctricos, operador de cámara y maquinista.
c Actores y actrices, además del director de fotografía.

18.

¿Qué nombre recibe la plataforma móvil sobre ruedas que soporta la cámara y al operador para realizar un *travelling*?

19.

¿Cómo nos referimos a las tres fases de actividad implicadas en la realización de un audiovisual?

20. Señala la respuesta correcta a esta pregunta:

¿A qué denominamos función informativa en publicidad?

a Al momento de un spot en el que se dan las características objetivas del producto que se está publicitando.
b Es la función de la publicidad por la que la población conoce lo que existe en el mercado para satisfacer sus necesidades de consumo.
c Es la función que nos permite informarnos más en profundidad sobre el producto que queremos adquirir.

21.

¿En publicidad qué es la función desdramatizadora?

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN:

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN

BLOQUE I (dos preguntas a elegir una)
PREGUNTA 1A

La primera pregunta indica al alumnado que dibuje un *storyboard* con tres planos cinematográficos que ayuden a narrar visualmente tres partes de un texto que se le aporta. El alumnado ha de explicar sus decisiones en cada uno de los casos en un recuadro que acompaña las viñetas atendiendo a los siguientes aspectos técnicos: 1.Tipo de plano. 2.Angulación de cámara. 3.Movimiento de cámara. 4.Personajes. 5.Diálogos. 6.Sonido 7.Duración.
La pregunta, de tipo abierto y eminentemente creativa, busca evaluar los estándares de aprendizaje de tres bloques de contenido de la asignatura, I, III y V. Bloque I: estándares 5.1 (Analiza el valor funcional, expresivo y comunicativo (voz, efectos y música) empleados en una producción radiofónica o en la banda sonora de una producción audiovisual) y 8.2 (Identifica las funciones y necesidades de los sistemas técnicos empleados en la integración de imagen y sonido en un audiovisual o en *new media*); Bloque III: estándar 1.1.(Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales) y Bloque V: estándares 1.1.(Analiza producciones multimedia y *new media* justificando las soluciones comunicativas empleadas) y 2.2.(Reconoce expresiva y narrativamente un film valorando sus soluciones técnicas en la creación del mensaje).
Los porcentajes de puntuación asignados a cada bloque de contenidos en esta pregunta son: Bloque I, 20%; Bloque III, 20 % y Bloque V, 10%.

PREGUNTA 1B
La primera pregunta de esta opción indica al alumnado que analice una imagen de un spot televisivo, atendiendo a las características que definirían la secuencia a la que pertenece o (si no conoce o recuerda el spot) a la que pertenecería tal como el alumno o alumna la imagine.
Se le indica que explique qué tipo de plano se ha utilizado, qué angulación de cámara, qué altura de cámara, qué tipo de sonidos y palabra son los que lo acompañan o acompañarían, si utilizaría música de fondo, ¿cuál sería y por qué? y cómo piensa que habría que rodarlo para hacer un seguimiento de los actores o cualquier otra circunstancia de la situación, etc.
Se pide también que el alumnado indique a qué público cree que va dirigido el anuncio.

En todos los casos las respuestas han de ser razonadas.

La pregunta, de tipo abierto y eminentemente analítica, busca evaluar los estándares de aprendizaje de tres bloques de contenido de la asignatura, I, III y V. Bloque I: estándares 5.1 (Analiza el valor funcional, expresivo y comunicativo (voz, efectos y música) empleados en una producción radiofónica o en la banda sonora de una

producción audiovisual) y 8.2 (Identifica las funciones y necesidades de los sistemas técnicos empleados en la integración de imagen y sonido en un audiovisual o en *new media*); Bloque III: estándar 1.1.(Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales) y Bloque V: estándares 1.1.(Analiza producciones multimedia y *new media* justificando las soluciones comunicativas empleadas) y 2.2.(Reconoce expresiva y narrativamente un film valorando sus soluciones técnicas en la creación del mensaje).
Los porcentajes de puntuación asignados a cada bloque en esta pregunta son: Bloque I, 20%; Bloque III, 20 % y Bloque V, 10%.

BLOQUE II (20 preguntas a elegir 10)
Todas las demás preguntas son de tipo semiabierto o de opción múltiple y están valoradas con 0.5 puntos.

Las preguntas nº 2 y 12 corresponden al Bloque I, son de opción múltiple y buscan evaluar el estándar 8.2.(Identifica las funciones y necesidades de los sistemas técnicos empleados en la integración de imagen y sonido en un audiovisual o en *new media*)
Las preguntas nº 3 y 13 corresponden al Bloque I, son de respuesta semiabierta y buscan evaluar el estándar 5.1.(Analiza el valor funcional, expresivo y comunicativo de los recursos sonoros (voz, efectos y música) empleados en una producción radiofónica o en la banda sonora de una producción audiovisual).
Las preguntas nº 4 y 14 corresponden al Bloque III, son de opción múltiple y buscan evaluar el estándar 1.1.Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando las características de los distintos géneros y distinguiendo los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales.
Las preguntas nº 5 y 15 corresponden al Bloque III, son de opción múltiple y buscan evaluar el estándar 1.1.Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando las características de los distintos géneros y distinguiendo los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales.
Las preguntas nº 6 y 16 corresponden al Bloque II, son de opción múltiple y buscan evaluar el estándar 2.2.(Reconoce las diferentes funciones de los equipos técnicos humanos que intervienen las producciones audiovisuales y en los multimedia).
Las preguntas nº 7 y 17 corresponden al Bloque II, son de opción múltiple y buscan evaluar el estándar 2.2.(Reconoce las diferentes funciones de los equipos técnicos humanos que intervienen en las producciones audiovisuales y en los multimedia).
Las preguntas nº 8 y 18 corresponden al Bloque II, son de tipo semiabierto y buscan evaluar el estándar 2.2.(Reconoce las diferentes funciones de los equipos técnicos humanos que intervienen en las producciones audiovisuales y en los multimedia).
La preguntas nº 9 y 19 corresponden al Bloque II, son de tipo semiabierto y buscan evaluar el estándar 2.2.(Reconoce las diferentes funciones de los equipos técnicos humanos que intervienen en las producciones audiovisuales y en los multimedia).
La preguntas nº 10 y 20 corresponden al Bloque IV, son de respuesta múltiple y buscan evaluar el estándar 1.1.(Reconoce las distintas funciones de la publicidad, diferenciando los elementos informativos de aquellos otros relacionados con la emotividad, la seducción y la fascinación).

La preguntas nº 11 y 21 corresponden al Bloque IV, son de tipo semiabierto y buscan evaluar el estándar 2.1.(Analiza diferentes recursos utilizados para insertar publicidad en los programas: el spot, el patrocinio, la publicidad encubierta, etc.)