



**PARTE I**

**ELIGE UNA de las dos siguientes preguntas y respóndela. (Hasta 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:**

Me escondí en el baño para no ser testigo de la masacre, pero antes de llegar, mis oídos registraron ya el eco de un par de puñetazos y una queja apagada. Cuando volví, mi novio seguía gritando, chillando, furioso como un cerdo en un matadero, mientras El Macarrón, con una ceja abierta, manando sangre por la nariz, echaba a correr por los sótanos de Azca sin querer todavía perderse del todo, porque aún se detuvo un momento, afrontó el riesgo de un golpe aplazado, se dio la vuelta y me miró, y yo alcancé a recoger su última mirada y me entraron unas ganas tremendas de llorar.

Almudena Grandes, "El vocabulario de los balcones" (2000)

**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 la cámara
3. Movimiento de la cámara
4. Personajes
5. Diálogos
6. Sonido
7. Duración



Pregunta 1B



Tomando como base este fotograma de una propaganda institucional, responde a las siguientes preguntas razonando todas tus respuestas.

La imagen reproducida es el fotograma de una propaganda institucional difundida en 2020 para la prevención contra el Covid-19. Recrea una serie de situaciones a la par que va dando consejos para evitar el contagio.

Nombra las características que definirían la secuencia en la que se encuentra: ¿interior o exterior?, ¿noche o día?, localización.

Relata el argumento de la historia a la que pertenece esta imagen (si la has visto alguna vez) o a la que puede pertenecer tal como tú la imagines.

Explica qué tipo de plano se ha usado, la angulación y la altura de cámara, qué colores se han elegido, cómo habría que rodar el *spot* para hacer un seguimiento de los personajes principales y poner de relieve la actividad anunciada, y el porqué de todos estos aspectos.

Sugiere o imagina el tipo de sonidos que lo acompañarían. ¿Incluirías alguna voz? ¿Pondrías música?, ¿de qué estilo y por qué? ¿Añadirías sonido de ambiente?, ¿de qué tipo y por qué? ¿Y otros efectos?, ¿cuáles y por qué?

¿A qué público crees que va dirigido el anuncio?

¿Qué recursos aprecias en la imagen analizada para conseguir su propósito?

Si lo conoces, ¿qué recursos contiene el anuncio en su conjunto para la propaganda perseguida o, si no lo conoces, ¿qué recursos son los que tú utilizarías para hacerla atractiva?

Razona tus respuestas.



**PARTE II**

**ELIGE 10 de las siguientes 20 preguntas y respóndelas. (0,5 puntos, cada respuesta correcta).**

**(En las preguntas de opción múltiple, señala la respuesta correcta rodeando con un círculo la letra correspondiente —A, B, C—; en las preguntas de respuesta semiabierta —y corta—, escríbela a continuación, debajo del enunciado interrogativo).**

**2. ¿Qué es el sonido solapado o encabalgado?**

- A. Cualquier sonido, incluyendo el diálogo, que continúa desde una escena al comienzo de otra.
- B. El sonido captado por un *micrófono Lavalier*, también llamado de solapa.
- C. El sonido grabado en directo.

**3. ¿Cómo se denomina en cine al sonido que oímos sin ver la fuente que lo produce?**

**4. ¿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.

**5. ¿Qué es la imagen de marca en publicidad?**

- A. Es el recurso referido a un símbolo para asociarlo sistemáticamente al producto o a la marca.
- B. Es el prestigio logrado por la calidad de una marca a lo largo de su trayectoria histórica.
- C. Es el conjunto de anuncios audiovisuales que conforman la campaña publicitaria de una marca.

**6. ¿De qué instrumento se suele ayudar un microfonista?**

- A. De la pértiga.
- B. De la *Dolly*.
- C. De la *Steadycam*.

**7. ¿En un equipo de rodaje, de quién depende directamente el maquillador?**

- A. Del director de arte.
- B. Del departamento de peluquería y del diseñador de vestuario.
- C. Del director de actores.



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

**9. ¿Quién es la persona directamente responsable del manejo de la cámara durante el rodaje?**

**10. ¿Qué es el *marketing* o mercadotecnia?**

- A. Es la publicidad que se limita a las retransmisiones en el mundo del deporte.
- B. Es el conjunto de técnicas que, a través de estudios de mercado, intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto.
- C. Es la publicidad que tiene como destinataria toda la población de una comunidad.

**11. ¿Con qué instrumento se favorece el mantenimiento del circuito económico de la sociedad de mercado desde los medios de comunicación?**

**12. ¿Qué es el sonido no diegético?**

- A. Sonido ambiental grabado durante el rodaje de una escena en localizaciones para darle autenticidad.
- B. Sonido que no se deriva de ninguna acción o conversación producida en el espacio filmico.
- C. Sonido que desaparece de manera gradual.

**13. ¿Cómo se llama el instrumento que sirve para ofrecer información sobre una grabación y para facilitar la sincronización del sonido con la imagen?**

**14. ¿Cómo se denomina el formato que expresa un aspecto de la realidad, mostrada en forma audiovisual?**

- A. Documental.
- B. Concurso.
- C. *Reality show*.

**15. ¿Qué tipo de programa tiene como objetivo dar cuenta de la actualidad con un lenguaje objetivo y directo?**

- A. El publicitario.
- B. El informativo.
- C. El documental.



**16. ¿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.

**17. ¿De qué se encarga un *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.

**18. ¿Quién es la persona directamente responsable del manejo de la cámara durante el rodaje?**

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

**20. ¿A qué se denomina función sustitutiva en publicidad?**

- A. A la sustitución del objeto que se representa por uno o varios conceptos.
- B. A la rotación de anuncios publicitarios que tienen en cuenta el mercado a los que van dirigidos.
- C. A la publicidad que sustituye un producto por otro adaptándose a las necesidades del mercado.

**21. ¿Cómo se denomina la ayuda económica o de otro tipo que, generalmente con fines publicitarios o fiscales, se otorga a una persona o a una entidad para que realice la actividad a que se dedica?**



## **CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN**

### **PARTE I (2 preguntas; se elige 1). Puntuación: hasta 5 puntos.**

#### **PREGUNTA 1 A**

En esta pregunta se pide que cada estudiante dibuje un *storyboard* con tres planos cinematográficos que ayuden a narrar visualmente tres partes del texto que se propone. Ha de explicar sus decisiones sobre cada uno de los casos en un recuadro que acompaña las viñetas atendiendo a los siguientes aspectos técnicos: tipo de plano, angulación de la cámara, movimiento de la cámara, personajes, diálogos, sonido y duración.

La pregunta, de tipo abierto y muy creativa, busca evaluar los estándares de aprendizaje de tres bloques de contenido de la asignatura, 1, 3 y 5. Bloque 1: *Analiza el valor funcional, expresivo y comunicativo de los recursos sonoros empleados en una producción radiofónica o en una banda sonora de una producción audiovisual; identifica las funciones y necesidades de los sistemas técnicos empleados en la integración de imagen y sonido en un audiovisual.* Bloque 3: *Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales.* Bloque 5: *Analiza producciones multimedia y new media justificando las soluciones comunicativas empleadas; reconoce expresiva y narrativamente un film y un programa de televisión valorando sus soluciones técnicas o expresivas en la creación del mensaje.*

Los porcentajes de puntuación asignados a cada bloque de la pregunta son: Bloque 1, 20 %; Bloque 3, 20 %; Bloque 5, 10 %.

#### **PREGUNTA 1 A**

En esta pregunta se pide que el alumnado analice la imagen de un *spot* publicitario o similar, atendiendo a las características que definen la secuencia a la que pertenece, en el caso de que la conozca o recuerde, o, si no es así, a la que pertenecería según la imagine cada estudiante. Se le indica que nombre sus características (espacio, tiempo, localización), que relate su posible argumento (recordado o imaginado), que explique el tipo de plano, la angulación y la altura de cámara, los colores, cómo habría que rodarlo para hacer un seguimiento de los personajes principales, el tipo de sonidos y efectos acústicos que pueden aparecer, el público al que se dirige, cualquier otro aspecto de la situación y sus recursos publicitarios o aquellos que pueden hacer atractivo el *spot*, etc. Tales explicaciones han de ser siempre razonadas.

La pregunta, de tipo abierto y esencialmente analítica, busca evaluar los estándares de aprendizaje de tres bloques de contenido de la asignatura, 1, 3 y 5. Bloque 1: *Analiza el valor funcional, expresivo y comunicativo de los recursos sonoros empleados en una producción radiofónica o en una banda sonora de una producción audiovisual; identifica las funciones y necesidades de los sistemas técnicos empleados en la integración de imagen y sonido en un audiovisual.* Bloque 3: *Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales.* Bloque 5: *Analiza producciones multimedia y new media justificando las soluciones comunicativas empleadas; reconoce expresiva y narrativamente un film y un programa de televisión valorando sus soluciones técnicas o expresivas en la creación del mensaje.*

Los porcentajes de puntuación asignados a cada bloque de la pregunta son: Bloque 1, 20 %; Bloque 3, 20 %; Bloque 5, 10 %.



**PARTE II (20 preguntas; se eligen 10, sean de opción múltiple o semiabiertas). Puntuación: 0,5 puntos cada una.**

Las preguntas 2, 3, 12 y 13 corresponden al Bloque 1.

La 2 y la 12 son de opción múltiple y buscan evaluar el siguiente estándar: *Identifica las funciones y necesidades de los sistemas técnicos empleados en la integración de imagen y sonido en un audiovisual.* La 3 y la 13 son de respuesta semiabierta y buscan evaluar el siguiente estándar: *Analiza el valor funcional, expresivo y comunicativo de los recursos sonoros empleados en una producción radiofónica o en una banda sonora de una producción audiovisual.*

Las preguntas 4, 5, 14 y 15 corresponden al Bloque 3.

Las cuatro son de opción múltiple y buscan evaluar este estándar: *Analiza producciones radiofónicas y televisivas identificando los estereotipos más comunes presentes en los productos audiovisuales.*

Las preguntas 6, 7, 8, 9, 16, 17, 18 y 19 corresponden al Bloque 2.

La 6, 7, 16 y 17 son de opción múltiple y la 8, 9, 18 y 19, de respuesta semiabierta. Todas ellas buscan evaluar el estándar siguiente: *Reconoce las diferentes funciones de los equipos técnicos humanos que intervienen en las producciones audiovisuales.*

Las preguntas 10, 11, 20 y 21 corresponden al Bloque 4.

La 10 y la 20 son de opción múltiple y buscan evaluar este estándar: *Reconoce las distintas funciones de la publicidad.* La 11 y 21, de tipo semiabierto, buscan evaluar este estándar: *Analiza diferentes recursos utilizados para insertar publicidad en los programas: el spot, el patrocinio, la publicidad encubierta, etc.*

Los porcentajes de puntuación asignados a cada bloque de contenidos de las preguntas de esta parte son: Bloque 1, 10 %; Bloque 2, 20 %; Bloque 3, 10 %; y Bloque 4, 10 %.