



ELEGIR UNA OPCIÓN ENTRE LA A Y LA B. El alumno deberá desarrollar todas las cuestiones correspondientes a una de las dos opciones, según su elección.

OPCION A

ANALISIS DE UN SPOT DE TELEVISION:

Primera cuestión. Descripción semántica (2 puntos):

Nivel semántico:

- a) Mensaje básico del spot: ¿qué se dice como mensaje fundamental del spot, cuál es el argumento de la campaña?
- b) Describe y comenta la idea creativa fundamental a través de la cual se ponen en escena los argumentos de la campaña. Si se puede clasificar como una figura retórica, nómbrala y defínela. Justifica la elección de la idea creativa en función de las cualidades que se atribuyen al producto como argumento de venta.
- c) ¿Cuál es el público objetivo de este spot publicitario? Razona la respuesta en función de la idea creativa.

Segunda cuestión. Análisis formal (7 puntos):

Describe sistemáticamente todos los elementos formales de la imagen justificándolos y poniéndolos en relación con el mensaje básico del anuncio y la idea creativa a través de la cual se comunica ese mensaje.

Se deben describir y valorar aspectos tales como tipos de planos, transiciones entre los mismos, elementos que aparecen en el cuadro, movimientos de cámara, composición, montaje, ritmo, iluminación, sonido, música, colores, filtros, textura de la imagen, composición, etc.

Tercera cuestión. Valoración (1 punto):

Realiza una crítica del spot publicitario considerando la eficacia de la idea creativa, la adecuación de los elementos formales a la idea que quiere comunicarse y cuantos aspectos del mismo te parezcan relevantes.

OPCION B

ANALISIS COMPARATIVO DE DOS ANUNCIOS:

Primera cuestión. Descripción semántica (2 puntos):

Comenta desde el punto de vista semántica los dos anuncios:

- a) Cuál es el mensaje básico (lo que se quiere comunicar del producto, las cualidades que se le atribuyen como argumento de venta) en cada uno de los anuncios.
- b) Idea creativa: comenta la idea creativa, esto es, el contenido explícito del anuncio a través del cual se ponen en escena las cualidades del producto y se comunica el argumento de venta. Justifica la elección de la idea creativa en función de las cualidades que se atribuyen al producto como argumento de venta. Si en la idea creativa reconoces alguna figura retórica, debes especificarla y comentarla.
- c) Retrato del tipo de público objetivo al que se dirige cada uno (nivel económico, gustos, edades, cultura, etc.).

Segunda cuestión. Análisis formal de los dos anuncios (7 puntos):

Describe sistemáticamente todos los elementos formales de la imagen justificándolos y poniéndolos en relación con el mensaje básico del anuncio, el público al que se dirige y la imagen que quiere crearse del producto.

Realiza este análisis en cada uno de los anuncios y comparativamente entre sí.

Deben abordarse aspectos tales como escena representada y disposición general, técnica utilizada, composición global, (puedes ayudarte de unos bocetos que indiquen el esquema compositivo, recorridos visuales, centros de atención, etc.) elementos que aparecen en la imagen (decorado, modelos, vestuario, maquillaje, etc.), iluminación, colores, tipografías y cuantos aspectos de descripción formal parezcan relevantes.

Tercera cuestión. Valoración (1 punto):

Realiza una crítica global de cada uno de los anuncios valorando la eficacia respecto a su público.

Valora globalmente la adecuación de los elementos formales a la idea que quiere comunicarse.

Señala cuantos aspectos del anuncio te parezcan de especial interés.



CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN

I. LA COHERENCIA EN EL ANALISIS.

El aspecto más relevante y primero a valorar en la corrección del ejercicio es la coherencia del análisis. Este criterio afecta directamente a las tres cuestiones que componen el ejercicio.

PRIMERA CUESTION. Se puntúa la primera cuestión atendiendo casi exclusivamente a este criterio de coherencia. En este apartado se debe justificar la idea de la puesta en escena en función del mensaje básico, esto es, de la cualidad del producto, la imagen que de él quiere crearse o el público al que se dirige el anuncio. En este caso, después de la síntesis del mensaje básico, el alumno debe, en un primer nivel, describir la idea creativa, señalando, si la hay, la figura retórica que le da origen. La valoración completa se obtiene cuando el alumno es capaz de comentar esta idea de puesta en escena mostrando su pertinencia para la expresión del mensaje básico. Esta pertinencia se muestra en función de arquetipos culturales, tradiciones de representación, o expresividad de los elementos que componen la escena. En este sentido, la cuestión valora la madurez del alumno en la cultura de la imagen y su dominio de las convenciones y tradiciones de representación.

SEGUNDA CUESTION. En esta cuestión se pide al alumno que describa formalmente la imagen y ponga en relación todos y cada uno de los elementos formales con la idea global que constituye el centro de la comunicación (argumento de venta e idea creativa). Se da la valoración más alta a esta pregunta precisamente porque en ella se aprecia perfectamente la capacidad del alumno para describir sistemáticamente todos los aspectos de la imagen estableciendo su coherencia mutua y, por lo tanto, proponiendo una justificación de su presencia en la imagen. Esta capacidad de lectura crítica y analítica de la imagen constituye el objetivo central de la asignatura. Por otro lado, en esta cuestión es donde debe apreciarse el dominio por parte del alumno del lenguaje y las técnicas de la imagen, en la medida en que debe ser capaz de detallar cómo el uso de determinado tipo de plano o determinada iluminación, por ejemplo, apunta en determinada línea de significación y cómo los distintos elementos formales se relacionan para construir la significación global. En esta cuestión los alumnos deberán ir dando justificación a todos los elementos formales de modo sistemático en función de las necesidades de la puesta en escena y del mensaje básico del anuncio. Se valorará el número de elementos que el alumno es capaz de poner en relación entre sí y con la idea central y la pertinencia del comentario que se hace de ellos.

TERCERA CUESTION. La crítica general del anuncio debe hacerse precisamente en la valoración de la coherencia entre los tres niveles cuestionados. En este sentido deben señalarse tanto aspectos especialmente notables como aquellos otros que puedan considerarse no excesivamente bien resueltos.

II.

DESCRIPCION Y ANALISIS SISTEMATICO.

El segundo aspecto básico en la valoración -directamente relacionado con el primero- es la capacidad para realizar análisis sistemáticos en los que se tenga en cuenta de modo ordenado todos los aspectos que componen una imagen. Debe valorarse entonces la cantidad de elementos que el alumno pone en juego en el análisis y el modo sistemático en que se expone. Este criterio afecta a la cuestión segunda y, en mucha menor medida, a la primera.

1. PRIMERA CUESTION

Análisis semántico o de contenido:

Se valora la capacidad para sintetizar el mensaje básico y la intención fundamental del anuncio, así como para localizar la idea creativa, describirla de modo preciso, e identificarla con alguna figura retórica si es el caso.

2. SEGUNDA CUESTION

Análisis formal:

Se valora, en primer lugar, el grado de sistematicidad con que el alumno va describiendo todos los elementos formales que componen la imagen o el audiovisual, juzgándose así sus conocimientos sobre los elementos básicos que componen este lenguaje.

Se deben contemplar aspectos correspondientes a diferentes áreas

(distintos según la opción A o B):

- Puesta en escena: elementos que aparecen en el encuadre, disposición de esos elementos entre sí y con respecto a la cámara, decorado, vestuario, atrezzo, maquillaje...etc.
- Realización: técnica básica, posición de la cámara, encuadre, composición, etc.
- Fotografía: tipo de iluminación, efectos, filtros, colores, etc.
- Montaje: tipos de transición entre planos, duración de planos, ritmo global, etc.
- Sonido: tipo de música, ruidos y efectos de sonido, calidad y características de locución, etc.
- Texto, tipografía, composición del texto, aspectos gráficos, disposición con respecto a la globalidad del anuncio, etc.

III. DOMINIO DE CONCEPTOS DE IMAGEN.

1. SEGUNDA CUESTION.

Este tercer criterio hace referencia fundamental a la segunda cuestión. En ella, la valoración más alta sólo se obtiene cuando el alumno es capaz de describir los elementos de la pieza utilizando de modo preciso los conceptos propios del lenguaje de la imagen y aportando datos técnicos sobre su elaboración, lo que nos informa sobre su grado de dominio de las técnicas y tecnologías que conviven en la producción de imagen.