



CULTURA AUDIOVISUAL II

NORMAS GENERALES

DURACIÓN: 1h 30' para toda la prueba

ESTRUCTURA: El examen consta de dos partes. La primera parte con cuestiones teóricas de la asignatura que se responderán en un máximo de diez renglones por pregunta. La segunda parte sobre el análisis de un anuncio publicitario.

VALORACIÓN:

Primera parte: Máximo por cada pregunta 1 punto x 6 preguntas.....6 puntos

Segunda parte:

Lectura objetiva de la imagen

0,1 puntos el subapartado a).....0,1 puntos

1,2 puntos el subapartado b).....1,2 puntos

Lectura subjetiva de la imagen

0,3 puntos x 5 primeros subapartados.....1,5 puntos

1,2 puntos el último subapartado.....1,2 puntos

TOTAL 10 puntos

PRIMERA PARTE

1. Qué son las licencias *Creative Commons*. De entre ellas explica la de atribución.
2. Característica básica de la comedia coral en el cine. Cita algún ejemplo.
3. Explica el eje escénico en el lenguaje cinematográfico ¿Qué es un salto de eje?
4. ¿En qué consiste la dirección artística en el cine?
5. Diferencias entre género y formato televisivo.
6. Diferencias entre los sistemas de obtención de datos de audiencia en la radio y la televisión ¿Qué es el Estudio General de Medios?

SEGUNDA PARTE. ANÁLISIS DE UN ANUNCIO PUBLICITARIO

LECTURA OBJETIVA

- a) Marca o emisor y oferta.
- b) Elementos (función publicitaria, objetivos perseguidos, estructura compositiva de la imagen, plano y angulación, iluminación y color)



LECTURA SUBJETIVA

- a) Intención comunicativa
- b) Intención del slogan
- c) Motivaciones
- d) Destinatarios
- e) Relación imagen/texto
- f) Grados de significación de la imagen (grado de iconicidad, complejidad, mono/polisemia, originalidad, denotación/connotación, impacto emocional, posibles estereotipos, códigos comunicativos)

