



El examen consta de tres partes. La primera con cuestiones teóricas de la asignatura. La segunda una pregunta de desarrollo. La tercera sobre el análisis de un anuncio.

Primera parte 0,5 puntos por pregunta acertada x 4 preguntas.....2 puntos

Segunda parte. Pregunta de desarrollo (entre 20 y 30 renglones).....4 puntos

Tercera parte 4 puntos. Desglose:

Lectura objetiva de la imagen

0,3 puntos el 1º subapartado.....0,3 puntos

1 puntos el 2º subapartado.....1 punto

Lectura subjetiva de la imagen

0,4 puntos x 5 primeros subapartados.....1,5 puntos

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

TOTAL 10 puntos

PRIMERA PARTE

Rodea con un círculo la letra –a, b, o c- de la respuesta que consideres acertada a cada una de las siguientes preguntas.

1. ¿Quién gestiona todo el material grabado, seleccionando, descartando y componiendo el producto audiovisual?

- a) El montador
- b) El mezclador
- c) El realizador

2. ¿Quién gestiona aspectos como la acción y los diálogos, el raccord entre tomas, la continuidad en la iluminación, la aparición de actores en escena o la conservación de elementos del decorado para evitar posibles incoherencias?

- a) El script o secretario de rodaje
- b) El ayudante de realización
- c) El director

3. ¿Quién se encarga de la puesta en escena, de los aspectos visuales y comunicativos del proyecto audiovisual?

- a) El director de producción
- b) El director artístico
- c) El regidor

4. En un plató de televisión ¿quién es el regidor?

- a) Es quien gestiona la construcción y el desmantelamiento de los escenarios y coordina a todos los especialistas.
- b) Es quien media entre el realizador y el personal de plató. Supone una ayuda imprescindible para el realizador.
- c) Decide qué es lo que se ve en pantalla y por tanto la cámara que permanece activa en cada momento.

SEGUNDA PARTE.

Importancia creativa, técnica e histórica de Narciso Ibáñez Serrador como director y realizador de televisión. Analiza alguna de sus piezas emblemáticas en cuanto a la calidad del producto audiovisual, género y formato.

TERCERA PARTE. ANÁLISIS DE UN ANUNCIO PUBLICITARIO

LECTURA OBJETIVA

- Marca, producto ofertado y medio difusor.
- Elementos del mensaje publicitario (imagen, texto y función publicitaria)

LECTURA SUBJETIVA

- Intención comunicativa
- Intención del slogan
- Motivaciones
- Destinatarios. Perfil del consumidor
- Relación imagen/texto
- Grados de significación de la imagen



Don't suck the life
from our oceans.

GREENPEACE
greenpeace.ca/plastics