

PROVES D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT

PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

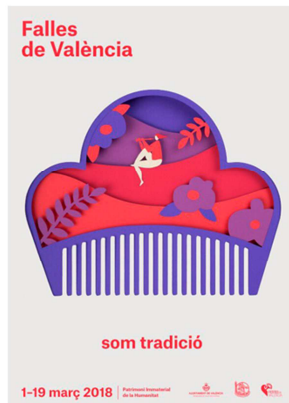
CONVOCATÒRIA: JUNY 2019	CONVOCATORIA: JUNIO 2019
Assignatura: CULTURA AUDIOVISUAL II	Asignatura: CULTURA AUDIOVISUAL II

BAREM DE L'EXAMEN: L'examen contempla dues opcions, cadascuna d'elles amb quatre preguntes. El valor total de l'examen és de 10 punts distribuïts així: les preguntes 1-2-3 tenen un valor màxim de 2 punts i la pregunta 4 té un valor màxim de 4 punts.

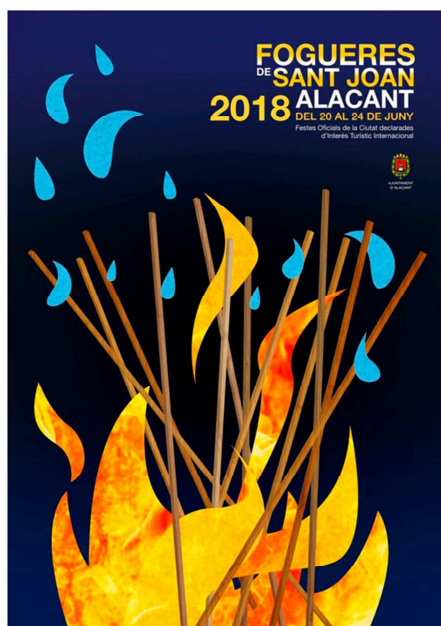
OBSERVACIONS: L'alumne/a deu triar solament una opció i respondre a les seues quatre preguntes.

OPCIÓ A:

1. El so té diferents naturaleses en funció del mode com ha sigut creat. Des d'aquest punt de vista, defineix de forma argumentada la música, el soroll i el silenci.
2. Per a contar les històries, els guions es basen en les tres unitats essencials de la narració o dramatització: acció, espai i temps. Explica en què consisteixen aquestes tres unitats i posa un exemple argumentat de cadascuna en sèries de ficció que conegues.
3. Què significa aquesta expressió?: "Algunes notícies estan descontextualitzades". Quines implicacions pot tindre per a l'audiència? Posa un exemple raonat i actual de notícia descontextualitzada.
4. Quins elements s'elegeixen per a dissenyar els cartells següents? Reflexiona-hi i argumenta'n el significat. Què revelen sobre les festes de cada ciutat i la cultura de la Comunitat Valenciana? Des del teu punt de vista, què motiva la realització d'un concurs de cartells cada any?



València: Som foc, som pólvora, som tradició, signat per Maria Pradera i Lorena Sayavera (estudi Yinsen).

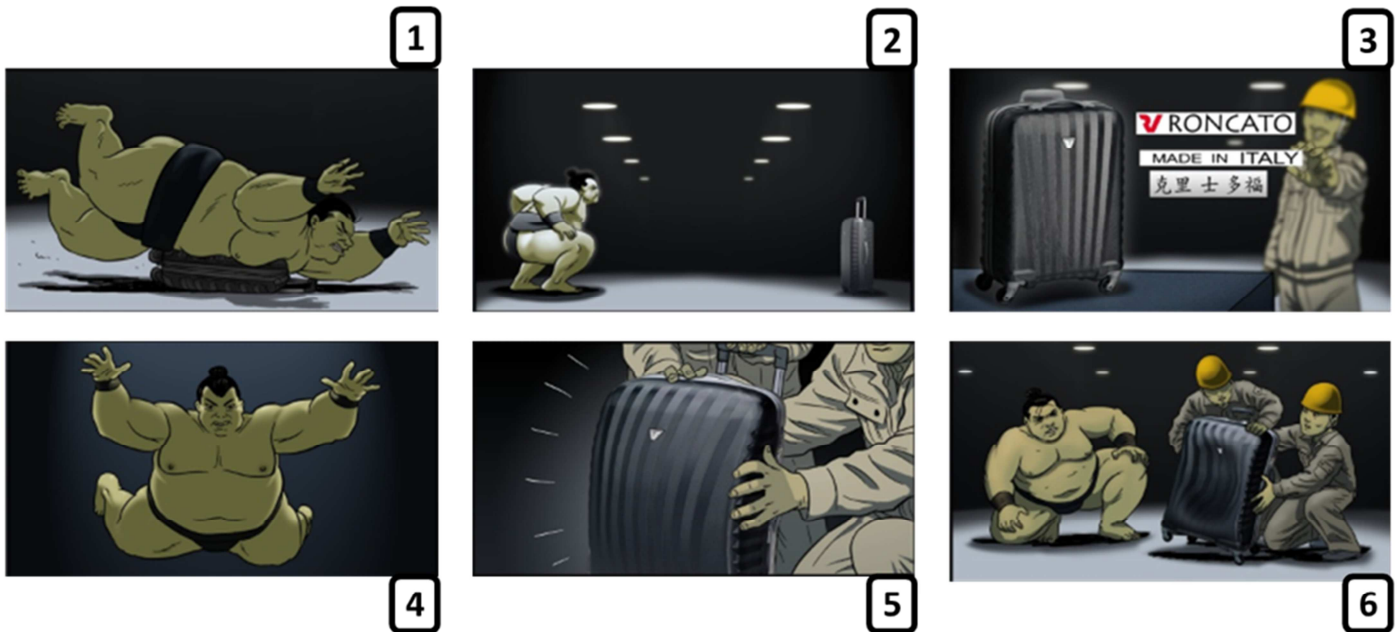


Alacant: Cremà i Banyà, signat per David Hernández Chamorro.

Castelló: Colors al vent, signat per Marisol Barceló i Juan Vicente Fabregat

OPCIÓ B:

1. Rellevància dels diàlegs en les comèdies de Woody Allen i Luis García Berlanga. Podries assenyalar diferències entre els dos?
2. Explica les principals activitats que es desenvolupen en la fase de preproducció d'una pel·lícula.
3. Què entenem per estereotip en la comunicació publicitària? Posa un exemple d'estereotip social. Indica de forma raonada un avantatge i un inconvenient de l'ús d'estereotips.
4. Ordena el següent grup d'imatges per a formar una seqüència narrativa coherent. Justifica l'organització que has realitzat descrivint la successió d'esdeveniments. Identifica quina és la intenció persuasiva de la marca en aquest anunci, el seu objectiu i a quin públic s'adreça. Valora l'atractiu i interès que pot suscitar l'anunci en el públic objectiu.



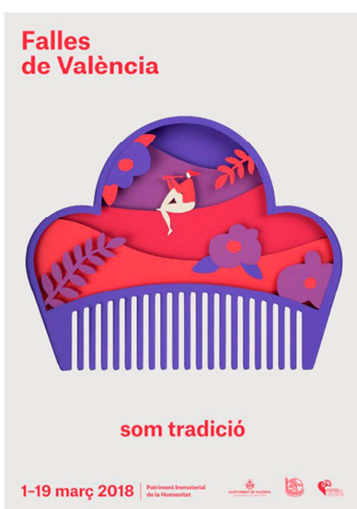
Font: Álvaro Muñoz (2015). <http://www.alvaroarts.com>

BAREMO DEL EXAMEN: El examen contempla dos opciones, cada una de ellas con cuatro preguntas. El valor total del examen es de 10 puntos distribuidos así: las preguntas 1-2-3 tienen un valor máximo de 2 puntos y la pregunta 4 tiene un valor máximo de 4 puntos.

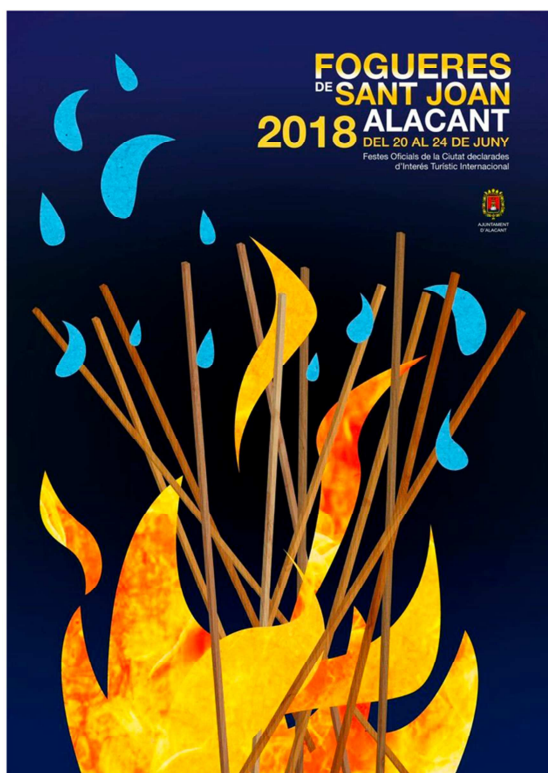
OBSERVACIONES: El alumno/a debe elegir solo una opción y responder a sus cuatro preguntas.

OPCIÓN A:

1. El sonido tiene diferentes naturalezas en función del modo como ha sido creado. Desde este punto de vista, define de forma argumentada la música, el ruido y el silencio.
2. Para contar las historias, los guiones se basan en las tres unidades esenciales de la narración o dramatización: acción, espacio y tiempo. Explica en qué consisten estas tres unidades y pon un ejemplo argumentado de cada uno de ellos en series de ficción que conozcas.
3. ¿Qué significa esta expresión?: “Algunas noticias están descontextualizadas”. ¿Qué implicaciones puede tener para la audiencia? Pon un ejemplo razonado y actual de noticia descontextualizada.
4. ¿Qué elementos se eligen para diseñar los carteles siguientes? Reflexiona sobre los mismos y argumenta su significado. ¿Qué revelan sobre las fiestas de cada ciudad y la cultura de la Comunidad Valenciana? Bajo tu punto de vista, ¿qué motiva la realización de un concurso de carteles cada año?



Valencia: Somos fuego, somos pólvora, somos tradición, firmado por María Pradera y Lorena Sayavera (estudio Yinsen).

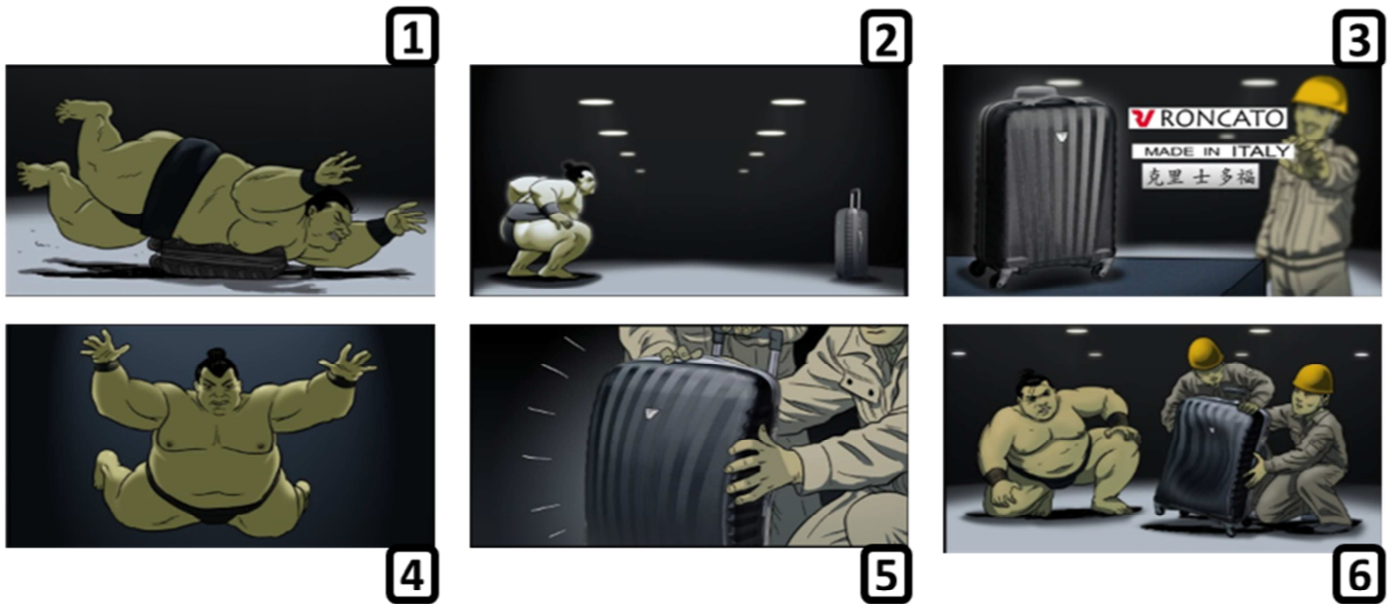


Alicante: Quema y Baño, firmado por David Hernández Chamorro.

Castellón: Colores al viento, firmado por Marisol Barceló i Juan Vicente Fabregat

OPCIÓN B:

1. Relevancia de los diálogos en las comedias de Woody Allen y Luis García Berlanga. ¿Podrías señalar diferencias entre ambos?
2. Explica las principales actividades que se desarrollan en la fase de preproducción de una película.
3. ¿Qué entendemos por estereotipo en la comunicación publicitaria? Pon un ejemplo de estereotipo social. Indica de forma razonada una ventaja y un inconveniente del uso de estereotipos.
4. Ordena el siguiente grupo de imágenes para formar una secuencia narrativa coherente. Justifica la organización que has realizado describiendo la sucesión de acontecimientos. Identifica cuál es la intención persuasiva de la marca en este anuncio, su objetivo y a qué público se dirige. Valora el atractivo e interés que puede suscitar el anuncio en el público objetivo.



Fuente: Álvaro Muñoz (2015).
<http://www.alvaroarts.com>