

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
PRUEBA DE ACCESO A ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
JUNIO DE 2008

Ejercicio de: **IMAGEN**

Tiempo disponible: 1 h. 30 m.

Se valorará el uso de vocabulario y la notación científica. Los errores ortográficos, el desorden, la falta de limpieza en la presentación y la mala redacción, podrán suponer una disminución hasta de un punto en la calificación, salvo casos extremos.

PUNTUACIÓN QUE SE OTORGARÁ A ESTE EJERCICIO: (véanse las distintas partes del examen)

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.

OPCIÓN A

ANÁLISIS DE UN SPOT DE TELEVISIÓN: Adidas "All Blacks" (artículos deportivos)

Primera cuestión. Descripción semántica (2 puntos):

Nivel semántico:

- a) Mensaje básico del spot: ¿qué se dice del producto que se publicita, es decir, cuál es el argumento de venta, las cualidades o valores atribuidos al producto?
- b) Describe y comenta la idea creativa fundamental a través de la cual se ponen en escena las cualidades atribuidas al producto. 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, el público al que se dirige y la imagen que quiere crearse del producto. 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.

OPCIÓN B

ANÁLISIS COMPARATIVO DE DOS ANUNCIOS: "Clinique - Happy" (perfume) y "Burberrys – Brit" (perfume)

Primera cuestión. Descripción semántica (2 puntos):

Comenta desde el punto de vista semántico 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, 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.