

SÈRIE 2**Missatge Publicitari i art als carrers.****Exercici 1.** (3 punts)

- 1.1** Woody Allen és guionista i director.(La millor forma d'argumentar la resposta és citar pel·lícules que hagi actuat com a director i guionista. Es valorarà l'argumentació amb referències estilístiques)
- 1.2** Resum: L'*slogan* vol comunicar amb eficàcia un missatge, que pot ser de caràcter polític, publicitari, etc. Utilitza diverses tècniques que es caracteritzen per la seva importància quantitativa des d'un punt de vista informatiu, com poden ser la repetició, les associacions semàntiques o lèxiques, la redundància, etc.
- 1.3** La identificació art = vida es tradueix amb l'afirmació "la vida pot ser art i l'art pot ser vida", tesi que es defensa de forma molt clara en els *happening* del anys seixanta del segle XX si bé podem trobar formulacions semblants en tota la tradició d'arrels romàntiques. Altres moviments artístics nascuts a partir de l'art conceptual també poden servir d'exemple. ("Body art", accions, performances, etc..) Així mateix es valorarà positivament sí l'examinant ha decidit centrar la seva explicació en les comparacions entre la realitat i la representació (fotogràfica) de la realitat.

Exercici 2. (7 punts)**OPCIÓ A**

Slogan i projecte gràfic per a una campanya a l'entorn de la pol·lució sonora a la ciutat.

Memòria descriptiva.

Per a aquest exercici hi ha una introducció en què s'explica àmpliament la campanya, la informació que se'ls dona i que pot ser utilitzada per a l'*slogan*.

Es valorarà la capacitat resolutiva. L'aplicació metodològica i tècnica, el procés de realització, l'execució correcta i la capacitat imaginativa, expressiva i comunicativa a través de les imatges.

De la mateixa manera que a la memòria escrita, es valorarà la precisió i fluïdesa en l'ús de la terminologia, l'aplicació de conceptes visuals i audiovisuals i també la justificació de les pròpies decisions.

OPCIÓ B

Exemple de reflexió a partir del text *Fogonazos* (1997) de Luis Navarro.

A) Reflexió a l'entorn de la renovació de les institucions museístiques, les noves funcions dels museus i l'art al carrer.

Denotar la transformació que s'ha produït en els museus en el trànsit de la modernitat a la postmodernitat, tant pel que fa a l'arquitectura d'aquestes institucions - com és el cas del Museu d'Art Contemporani de Barcelona o el Guggenheim de Bilbao- com pel que es refereix al museu com a mitjà de masses, la *mise-en-scène* espectacular i la exuberància operàtica. Amb relació a la popularització de l'art, el museus plantegen activitats educatives, cicles de debat, etc., desplaçant-se cap a una institució més pròxima a l'espai de l'espectacle i de l'entreteniment de masses. Hi ha comportaments artístics que han denotat de forma més directa la seva resistència al museu o a la museització – grups com Fluxus, el *happening*, l'art efímer – i d'altres que per els seus propòsits projectuals són difícilment museitzables, com el *land art*. Especialment en el primer cas, i tal com indica Luis Navarro en el seu text parlant del *graffiti*, plantegen dilemes en quant a la naturalesa de les obres i la forma en que poden ésser presentades o plantejades a l'espectador. La posada en escena es a cops, la presentació documentada d'un esdeveniment artístic puntual que sols pot ser transmès a partir de les fotografies o vídeos que han estat preses no com a obra sinó com a document.

Es valorarà la precisió i fluïdesa en l'ús de la terminologia, així com la capacitat deductiva i d'atenció, la comprensió i la justificació de les pròpies afirmacions.

B) Proposta d'intervenció urbana

Es valorarà la capacitat imaginativa, la previsió dels resultats, la capacitat d'establir interrelacions entre els diferents llenguatges de la matèria: text, so, imatge, etc. La capacitat expressiva i comunicativa a través d'imatges dins el context creatiu i la justificació de les pròpies decisions.

En el projecte es valorarà la capacitat resolutiva. L'aplicació metodològica i tècnica, el procés de realització, l'execució correcta i la capacitat imaginativa, expressiva i comunicativa .