

CULTURA AUDIOVISUAL II

1. Relaciona los siguientes términos (1 pto)

FM -	*Frecuencia de sonido.
AM -	* Archivo en “bruto”. No se puede modificar.
Mp3 -	* Ondas electromagnéticas de gran amplitud y débil señal.
TDT -	* Televisión digital terrestre.
PAL -	* Sonido digital de alta compresión sin apenas pérdida de calidad.
NTSC -	* Ondas electromagnéticas de señal fuerte y completa, pero de corto alcance.
UHF -	* Archivo de audio digital que originalmente desarrolló Microsoft.
WAV-	* Sistema de codificación utilizado en la transmisión de señales de televisión analógica en color en la mayor parte del mundo.
Hz -	* Sistema de codificación utilizado en América del Norte y Japón principalmente
RAW -	* Nombre con que se conocía popularmente a la segunda cadena de televisión española.

2. Completa las frases usando los conceptos correctos de entre los propuestos (1 pto)
RGB, sRGB, JPG, CMYK, TIFF, Profundidad de campo (PF), ley de la mirada, voz en off, fundido encadenado, ley del eje.

El espacio de color _____, o perfil de color, está basado en el modelo de color _____, que se compone de tres colores: rojo (Red), verde (Green) y azul (Blue). Cuando estos tres colores están combinados, se crean nuevos colores, como síntesis aditiva. Estos datos se usan para optimizar colores entre diferentes dispositivos y plataformas técnicas como monitores, impresoras y navegadores. El modelo de color _____ es el que usan las impresoras.

Entre los ficheros de imagen digital comprimidos existe el llamado _____ que es el más extendido. Al contrario que el formato de imagen digital _____, este está sin comprimir, ocupa mucho, pero tiene la ventaja de contener mucha información.

Usamos en el lenguaje cinematográfico el concepto de _____ para hacer referencia al desenfoque del fondo respecto al motivo y así centrar la atención en algún punto concreto del momento. Si con esto añadimos la _____ con la que entendemos que toda persona, animal o cosa, dentro del recuadro fotográfico debe de tener más espacio libre hacia su parte frontal que lo que ocupa su parte trasera, independientemente de la amplitud de lo abarcado en el encuadre de la toma, acentuamos el efecto dramático de lo expuesto.

3. La publicidad en la radio. (2 ptos)

4. Elaborar un story board siguiendo las pautas marcadas por el guion técnico proporcionado para un formato de película de 16:9 (3 ptos)

Escenas	Planos	Descripción-acción	sonido
1 Día/ Ciudad grandes edificio s	1 PG Travelling	Plano general de una gran ciudad. Luz del amanecer. La cámara se desplaza hasta llegar a la ventana de una habitación	Sin sonido
2 luz diurna/ Habitación	2 PM Ángulo picado	Nuestro protagonista aparece de espaldas. Se ven sus bocetos. Toda la mesa revuelta. Lápices y pinturas. Él se lleva las manos a las cara con gesto de desesperación	Música clásica de la radio que el protagonista tiene puesta
2	3 PA ángulo contrapicado	El protagonista se levanta y mira hacia el techo. En él hay una foto de su ídolo. Hace gesto de pedirle que le llegue una inspiración para la obra que quiere crear. Suena un silbido desde la calle que hace reaccionar a nuestro protagonista. Es el dulce sonido de su musa.	La música retumba más fuerte en la habitación. Baja el sonido y se oye una melodía silbada.
3 Luz diurna/ Calle de gran ciudad.	4 PG Ángulo cenital	Nuestro protagonista se asoma a la calle para ver pasar a su musa. A pesar del tráfico y gentío el sólo oye la suave melodía de su musa.	La melodía silbada que da aislada a pesar del ruido del tráfico y la gente

5. Analiza y comenta la siguiente imagen publicitaria, indicando el recurso publicitario usado y razonando el porqué de este, iluminación, tipo de formato, encuadre, uso del color, texturas, perspectiva, público al que va dirigido.
(3 pts)

