

Elija una de las dos opciones propuestas, A o B. En cada pregunta se señala la puntuación máxima.

OPCIÓN A

1. Análisis de imagen fija. (4 puntos)

Realice el análisis formal y técnico de la siguiente imagen, con los siguientes aspectos:

A. Análisis técnico y formal: formato y orientación, composición, tipo de plano, punto de vista, óptica, enfoque, exposición, iluminación, escala tonal, color, textura, texto y grafismos, técnicas de manipulación y efectos. (1,5 puntos)

B. Análisis de contenido: análisis denotativo, grado de complejidad, análisis connotativo y grado de polisemia. (1,5 puntos)

C. Valoración global: finalidad de la imagen, función de la imagen como lenguaje e intencionalidad. (1 punto)



2. Preguntas cortas sobre la relación de la imagen y el sonido. (2 puntos)

2.1. Para realizar un programa cualquiera de edición de vídeo es muy importante capturar e importar imágenes. ¿En qué consisten dichas actuaciones? ¿Por qué es importante la realización meticulosa de dichas actividades? (0,5 puntos)

2.2. ¿Qué se quiere decir cuando se afirma que en una secuencia determinada el sonido y la imagen operan por contraste? ¿Qué efecto dramático se consigue con ello? Ponga un ejemplo. (0,5 puntos)

2.3. Sabemos que el sonido sirve para dotar a una secuencia de efectos narrativos. ¿Cómo se puede realizar? Ponga un ejemplo. (0,5 puntos)

2.4. Explique brevemente qué significa el sonido para la continuidad narrativa de un producto audiovisual. (0,5 puntos)

3. Pregunta de desarrollo medio sobre medios audiovisuales y publicidad. (2 puntos)

Nombre los tipos de composición que se pueden emplear para crear una imagen publicitaria y explique qué se consigue con cada uno de ellos.

4. Definir de manera clara y concisa 4 términos del glosario. (2 puntos)

4.1. Cable coaxial. (0,5 puntos)

4.3. Chroma Key. (0,5 puntos)

4.2. Cámara réflex. (0,5 puntos)

4.4. Obturador. (0,5 puntos)

OPCIÓN B

1. Análisis de imagen fija. (4 puntos)

Realice el análisis formal y técnico de la siguiente imagen, con los siguientes aspectos:

A. Análisis técnico y formal:

formato y orientación, composición, tipo de plano, punto de vista, óptica, enfoque, exposición, iluminación, escala tonal, color, textura, texto y grafismos, técnicas de manipulación y efectos. (1,5 puntos)

B. Análisis de contenido:

análisis denotativo, grado de complejidad, análisis connotativo y grado de polisemia. (1,5 puntos)

C. Valoración global:

finalidad de la imagen, función de la imagen como lenguaje e intencionalidad. (1 punto)



2. Preguntas cortas sobre la relación de la imagen y el sonido. (2 puntos)

2.1. El sonido y la imagen pueden colaborar en el plano narrativo de formas diferentes. Enumere y explique dichas formas. (0,5 puntos)

2.2. Un sonido es definido por tres variables. Indique y describa brevemente cada una de ellas. (0,5 puntos)

2.3. Explique la diferencia entre sonido diegético y no diegético. (0,5 puntos)

2.4. Enumere y explique brevemente las funciones de una mesa de mezclas. (0,5 puntos)

3. Pregunta de desarrollo medio sobre medios audiovisuales y publicidad. (2 puntos)

Suponiendo que tuviera que analizar un anuncio televisivo, nombre y explique las diferentes posiciones y movimientos de la cámara que han podido usarse y qué se consigue con cada una.

4. Definir de manera clara y concisa 4 términos del glosario. (2 puntos)

4.1. Raccord. (0,5 puntos)

4.3. Ecuilizador. (0,5 puntos)

4.2. Distancia focal. (0,5 puntos)

4.4. Clave alta. (0,5 puntos)

OPCIÓN A

1. Análisis de imagen fija. (4 puntos)

Realice el análisis formal y técnico de la siguiente imagen, con los siguientes aspectos:

A. Análisis técnico y formal: formato y orientación, composición, tipo de plano, punto de vista, óptica, enfoque, exposición, iluminación, escala tonal, color, textura, texto y grafismos, técnicas de manipulación y efectos. (1,5 puntos)

Se trata de una foto para un cartel anunciador de ropa de Zara. El formato es rectangular y orientado verticalmente (la proporción de la figura humana se adapta adecuadamente a dicho formato).

El tipo de plano utilizado podría ser un plano conjunto, centrando la atención en el cuerpo de la modelo. Si bien, en dicho plano, los pies y la cabeza de la figura humana deberían limitar prácticamente con los bordes inferior y superior del cuadro de la imagen, en nuestro caso el límite superior de la imagen está en los hombros de la modelo. En relación a la angulación de la foto es un plano normal, donde se ha respetado la horizontalidad de la cámara, sino al nivel de los ojos de la modelo, si al nivel del elemento a destacar de la imagen.

Punto: Podríamos decir que la mujer actúa en este anuncio como centro de la atracción visual para el consumidor. Otros puntos de atracción visual son las letras de la marca y las cosas desordenadas que hay en el suelo.

La línea marca el cuerpo vertical de la mujer, mientras que la horizontalidad viene definida por el alfeizar de la ventana y las cosas acumuladas en el suelo debajo de la ventana. Las letras siguen la horizontalidad del alfeizar de la ventana.

Encuadre: El elemento central, que desde mi punto de vista es la mujer, se encuentra en la parte central-izquierda de la composición, que es más estable y sólida. La imagen de las ropas/cosas desordenadas en el suelo dan fondo a la imagen.

Iluminación: la imagen está muy iluminada, centrada en el vestido y las piernas de la mujer, así como destaca la pared, sobre las que se han añadido el logo de la empresa. Es una imagen de día y la luz viene tanto desde la ventana como una luz frontal. Predominan los colores claros, beige, blanco, etc. para la modelo y la pared de la habitación, estos tonos pueden considerarse neutrales y simbolizan pureza, la limpieza, la luminosidad. Estos tonos se pueden asociar con frescura, ligereza y armonía. En contraste las ropas, bolsos, desordenadas por el suelo tiene colores más oscuros

La imagen muestra la existencia de textura tanto en el vestido de la modelo como en la alfombra.

En la imagen se muestran unos textos del anuncio sobrepuestos a la imagen, situados en la parte superior derecha. Así, se puede diferenciar la marca y el texto que quiere transmitir el anuncio, "impecable". El texto de la marca es un texto con el nombre de "ZARA" de tipografía letra Roman mayúsculas, que tiene letras y remates espaciados proporcionalmente, lo que la hace más legible. Los remates decorativos de este tipo de letra ayudan a que la vista de una persona pase normalmente de una letra a otra. El mensaje de "Impecable" utiliza letra minúscula y en otra caligrafía diferente a la del logo, si bien también transmite elegancia. Para transmitir esta elegancia también utiliza en el texto el color negro, que además genera un mayor contraste cromático con el fondo.

En relación a la composición es vertical izquierda dominada por el cuerpo de la modelo, mientras que el texto se sitúa en el rectángulo superior derecho, lo que se asemeja una L invertida, o en el

caso de considerar la ropa desordenada en el suelo una L. En cualquiera de los dos casos, la base de la L podría servir para compensar el desequilibrio.

B. Análisis de contenido: análisis denotativo, grado de complejidad, análisis connotativo y grado de polisemia. (1,5 puntos)

Análisis denotativo: se trata de una imagen extraída de una publicidad de una marca de ropa, ZARA. En la imagen se ve una mujer joven delante de una ventana en una habitación. La modelo está de espaldas y no se le ve la cabeza. La modelo lleva un vestido de color beige claro de tela de encaje, y unos zapatos de plataforma con tacón alto. El suelo de la habitación está cubierto por una alfombra sobre la que hay muchas cosas desordenadas, ropa, bolsos, teléfono, cepillo para el pelo, etc... Estas cosas desordenadas son de colores oscuros.

En la esquina superior derecha se observa el logo de la empresa anunciante, ZARA, y debajo de él un mensaje, IMPECABLE. El texto es de color negro y destaca sobre un fondo de color claro.

Análisis connotativo: La imagen trata de transmitir la idea de una joven elegante con un vestido de Zara. Al centrarse en el cuerpo de la modelo, eliminando la cabeza de ésta de la imagen quiere destacar más aún que es un anuncio de ropa. Todavía destaca más la elegancia de la modelo, cuando al observar el resto de la fotografía se ve el suelo de una habitación totalmente desordenado, con diversas cosas tiradas por el suelo. Que estas cosas sean de colores más oscuros hacen que todavía exista un mayor contraste entre la imagen de la elegante modelo y la desordenada habitación. La imagen transmite la idea que aunque no seas una persona ordenada, si vistes ropa de Zara estarás impecablemente vestida. El público objetivo de este anuncio son mujeres jóvenes de entre 20-40 años de clase media con una clara orientación a la moda.

La imagen posee un carácter monotemático.

C. Valoración global: finalidad de la imagen, función de la imagen como lenguaje e intencionalidad. (1 punto)

La finalidad de la imagen es publicitaria y concretamente su objetivo es persuadir y convencer al público objetivo incitándole a realizar determinadas acciones, es decir, intentar modificar la actitud del receptor con fines comerciales y lucrativos. En este caso, se trata de convencer al público objetivo de que la ropa de Zara da un aspecto elegante, distinguido e impecable a las mujeres que la llevan. El público objetivo de este anuncio son mujeres de entre 20-40 años de clase media con una clara orientación a la moda.

2. Preguntas cortas sobre la relación de la imagen y el sonido. (2 puntos)

2.1. Para realizar un programa cualquiera de edición de vídeo es muy importante capturar e importar imágenes. ¿En qué consisten dichas actuaciones? ¿Por qué es importante la realización meticulosa de dichas actividades? (0,5 puntos)

La captura o volcado de un video es el proceso para pasar la información de una cinta u otro soporte al disco duro de un ordenador. Convertir la señal en un archivo digital con un formato y extensión concretos. (0,2 puntos)

Importación: es el proceso a partir del cual, una vez dispongamos del material en el disco duro del ordenador, lo traslademos a la ventana del proyecto. (0,2 puntos)

La importancia de la realización meticulosa de estas fases se debe a la necesidad de ser selectivo en los materiales, con el objetivo de no tener un exceso de material que entorpezca al montaje. Además, se debe ser ordenado identificando claramente cada clip, lo que permitirá un trabajo más sencillo. (0,1 puntos)

2.2. ¿Qué se quiere decir cuando se afirma que en una secuencia determinada el sonido y la imagen operan por contraste? ¿Qué efecto dramático se consigue con ello? Ponga un ejemplo. (0,5 puntos)

Imagen y sonido colaboran en el plano narrativo por contraste cuando se ve y se oye cosas que se contraponen. Este contraste consigue un efecto narrativo que sería imposible sin él. (0,3 puntos)

Ejemplo: vemos una imagen de un niño apaciblemente dormido mientras suena un grito de terror en off. (0,2 puntos)

- 2.3.** Sabemos que el sonido sirve para dotar a una secuencia de efectos narrativos. ¿Cómo se puede realizar? Ponga un ejemplo. (0,5 puntos)

Cambios bruscos en el sonido, o su desaparición o aparición repentina suponen un toque de atención ante un cambio en la situación o como aviso de que determinado hecho se va a producir. Cabalgar un sonido (prolongarlo sobre el inicio de la secuencia siguiente) hace más fluida la transición entre escenas. (0,3 puntos)

Ejemplo: (0,2 puntos)

- 2.4.** Explique brevemente qué significa el sonido para la continuidad narrativa de un producto audiovisual. (0,5 puntos)

El sonido es el “cemento” que une los sucesivos planos de imagen de un montaje, los diferentes puntos de vista que ofrecemos al espectador. El juego de plano y contraplano de una conversación no funcionaría si no tuviese como soporte la continuidad que le da el sonido. (0,5 puntos)

3. Pregunta de desarrollo medio sobre medios audiovisuales y publicidad. (2 puntos)

Nombre los tipos de composición que se pueden emplear para crear una imagen publicitaria y explique qué se consigue con cada uno de ellos.

Los tipos de composición que se pueden emplear para crear una imagen publicitaria son:

1. Composición por contraste (0,15 puntos): el contraste puede utilizarse como elemento de refuerzo en el mensaje que queremos componer, especialmente en publicidad. Donde más se emplea es en publicidad fija (0,35 puntos).
2. Composición por armonía (0,15 puntos): si analizamos la composición de una imagen publicitaria veremos que los elementos que constituyen el encuadre muestran características similares en consonancia (colores similares, líneas agrupadas y variaciones muy suaves), que buscan relaciones de semejanza (0,35 puntos).
3. Composición por estática (0,15 puntos). Recurre sobre todo a la simetría. Los elementos de la imagen deben ser uniformes, evitando cualquier sensación de tensión (0,35 puntos).
4. Composición dinámica (0,15 puntos). Busca la asimetría como efecto para transmitir variedad, ritmo, entretenimiento... se reconoce en imágenes desenfocadas o muy contrastadas y en encuadres asimétricos tan empleados de forma abusiva en los últimos años (0,35 puntos).

4. Definir de manera clara y concisa 4 términos del glosario. (2 puntos)

NOTA PARA LA CORRECCIÓN DEL EJERCICIO 4: Las definiciones siguientes pretenden ser completas, es decir, el máximo que puede responder el alumno. No es necesario que el alumno ofrezca una respuesta idéntica o igual de completa a la que se presenta aquí, sino que la respuesta sea correcta y utilice un lenguaje y una redacción adecuados. Aunque el alumno puede adjuntar ejemplos si lo desea, el no hacerlo no debe restar puntuación.

- 4.1.** Cable coaxial (0,5 puntos): línea de interconexión integrada por un hilo conductor centrado, aislado en el interior de una malla metálica que le protege de interferencias por parásitos eléctricos.
- 4.2.** Cámara réflex (0,5 puntos): cámara de tipo profesional dotada de un espejo interno que refleja la imagen proyectada por el objetivo y la dirige hacia un visor óptico, permitiendo visualizar exactamente aquello que se va a fotografiar. Las cámaras réflex son de objetivos intercambiables

y suelen estar dotadas de sensores de alta definición y toda clase de controles de tipo manual. Son el estándar de la calidad fotográfica profesional.

- 4.3. Chroma Key (0,5 puntos): sistema electrónico para producir efecto en televisión; efecto especial que consiste en incrustar una imagen en el área ocupada por un determinado color.
- 4.4. Obturador (0,5 puntos): sistema que, en una cámara, cierra el paso a la luz, abriéndose un instante para efectuar la exposición.

OPCIÓN B

1. Análisis de imagen fija. (4 puntos)

Realice el análisis formal y técnico de la siguiente imagen, con los siguientes aspectos:

- A. Análisis técnico y formal:** formato y orientación, composición, tipo de plano, punto de vista, óptica, enfoque, exposición, iluminación, escala tonal, color, textura, texto y grafismos, técnicas de manipulación y efectos. (1,5 puntos)

Se trata de una imagen publicitaria tratada digitalmente para un cartel anunciador de Apple. El formato es rectangular y orientado verticalmente.

La imagen presenta el logo en tonos claros frente a un fondo en tonos más oscuros. Así, el logo de Apple aparece en blanco, transmitiendo la idea de simplicidad, claridad y elegancia. Por otra parte, el fondo de la imagen está en diversos tonos morados/purpuras, con puntitos blancos, recordando a las estrellas de la vía láctea.

La imagen de la marca, la manzana, está en un primer plano, y tras ella hay un punto de donde surgen diversos rayos de luz que iluminan el fondo y aportan luminosidad al logo, y crean diversas tonalidades de morado al fondo. Estos tonos purpuras transmiten elegancia, lujo y misticidad.

El punto que destaca en la imagen es la manzana del logo de Apple que capta la atención del espectador ya que el blanco resalta sobre el fondo oscuro.

Los puntos/estrellas que iluminan el fondo aportan textura a la imagen.

El texto aparece en el interior del logo y hace referencia a las utilidades ofrecidas por los productos de Apple, sirven para imaginar, crear, inventar, escuchar, idealizar y describir. Para recordarnos la familia de los productos de Apple todas estas utilidades comienzan con la letra "i". Además, aparece el slogan "un mundo a tu estilo". En cuanto a la tipografía empleada es clara lo que permite una perfecta legibilidad. Esta tipografía se presenta en colores negros y grises que destacan sobre el fondo blanco del logo. Para reforzar la imagen de marca, vuelve a aparecer el logo de la empresa en negro.

En cuanto a los elementos formales de la imagen se observa en la parte central inferior de la imagen un punto de fuga donde convergen las líneas de luz. El camino de estas líneas permiten realzar el elemento situado en su fuga, concretamente el logo de Apple. En cuanto a la línea que define el contorno del logo da lugar a una forma circular que evoca infinitud y seguridad, dado que carece de ángulos es una figura amable.

El tipo de plano utilizado podría ser un plano corto o un primer plano, centrando la atención en el logo de la empresa. En relación a la angulación de la imagen es un plano normal, donde se ha respetado la horizontalidad de la cámara. Si utilizamos la ley de los tercios y sus cuatro puntos fuertes, podemos observar como en la imagen analizada no se sitúan sus puntos de interés en los cuatro puntos de intersección de estas líneas, que serían los más adecuados. En el caso de la imagen analizada el centro de interés se sitúa en el rectángulo central.

Iluminación: la imagen está iluminada. Por una parte el propio logo parece que emane luminosidad, frente a un fondo oscuro, que pareciendo recrear la Vía láctea, es "iluminado" por los rayos/haces de luz que surgen del punto de fuga.

B. Análisis de contenido: análisis denotativo, grado de complejidad, análisis connotativo y grado de polisemia. (1,5 puntos)

Análisis denotativo: En la imagen se puede ver una campaña publicitaria de la marca Apple. En la parte central de la imagen vemos el logo de la marca, una manzana mordida y en el interior del mismo, un texto y nuevamente el logo de la marca. El texto hace referencia a las actividades que se pueden realizar con un producto de esta empresa, y además se transmite el mensaje “un mundo a tu estilo”. Este logo está enmarcado en un fondo que parece recrear la Vía Láctea, donde se pueden ver estrellas y haces luz que aportan luminosidad a la imagen.

Análisis connotativo: la marca Apple es una marca prestigiosa reconocida internacionalmente. Reúne una gran gama de productos selectos de elevado precio que se caracterizan por su elegancia. Esta elegancia se muestra en sus productos así como en los colores elegidos para la imagen analizada. Esta marca también se caracteriza por su carácter innovador y futurista, lo que también viene reflejado en la imagen, ya que parece que el logo, la manzana, está / viene de la Vía Láctea / del espacio. Lo que nos sugiere esta imagen es que alguien que posea un producto de esta marca es una persona moderna e innovadora (futurista).

C. Valoración global: finalidad de la imagen, función de la imagen como lenguaje e intencionalidad. (1 punto)

La finalidad de la imagen es publicitaria y concretamente su objetivo es persuadir y convencer al público objetivo incitándole a realizar determinadas acciones, es decir, intentar modificar la actitud del receptor con fines comerciales y lucrativos. En este caso, se trata de mostrar al público objetivo las utilidades de los productos de Apple (imaginar, crear, escuchar, idealizar y descubrir) para que prefieran productos de esta marca frente a otros. Además, con el eslogan empleado, “un mundo a tu estilo” trata de hacer sentir a su público objetivo que el producto está totalmente adaptado a él.

El público objetivo de este anuncio son personas que gozan de un determinado nivel económico, son innovadores, y cuyo trabajo requiere la utilización de ordenadores o también simplemente para gente que lo utiliza como una herramienta de ocio.

Es una imagen atractiva a la vista, que llama la atención del espectador y transmite elegancia a partir de la utilización de los colores seleccionados.

El objetivo que pretende con esta imagen Apple es vender un paquete global de sueños, experiencias personalizadas y status a los usuarios que comprenden sus productos, vende sueños, no sólo vende productos.

Además, cabe destacar que con esta imagen promociona la marca, como paraguas de todos los productos que tiene bajo ella, iPhone, iPad.

2. Preguntas cortas sobre la relación de la imagen y el sonido. (2 puntos)

2.1. El sonido y la imagen pueden colaborar en el plano narrativo de formas diferentes. Enumere y explique dichas formas. (0,5 puntos)

- Por contraste: cuando vemos oímos cosas que se contraponen. (0,17 puntos)
- Por superposición: el referente visual coincide con lo que escuchamos, “vemos lo que oímos”. (0,17 puntos)
- De manera pasiva: aparentemente el sonido es anodino o no tiene nada que ver con la imagen (0,16 puntos)

2.2. Un sonido es definido por tres variables. Indique y describa brevemente cada una de ellas. (0,5 puntos)

Sonido está definido por tres variables:

- Intensidad: energía que contiene el sonido. Determinada por la amplitud de onda, se traduce en el volumen con lo que escuchamos. (0,17 puntos)

- Tono: frecuencia de la onda y gracias al el distinguimos entre sonidos graves (frecuencias bajas) y agudos (frecuencias altas). (0,17 puntos)
- Timbre: se refiere a las frecuencias secundarias. (0,16 puntos)

2.3. Explique la diferencia entre sonido diegético y no diegético. (0,5 puntos)

El sonido diegético es producido por algún elemento presente en la escena o una música que vemos interpretar e interviene como elemento dramático, frente al no diegético, que procede de una fuente externa al espacio de la narración, como la música añadida a la acción para realzarla. (0,5 puntos)

2.4. Enumere y explique brevemente las funciones de una mesa de mezclas. (0,5 puntos)

Las funciones de una mesa de mezclas son: (0,1 cada función y en caso de poner 5 dar ya el máximo de puntuación (0,5 puntos))

- Adaptar niveles de entrada (línea, micros de diversas sensibilidades...) e impedancias.
- Ajustar el nivel de entrada (fader) o salida (master fader) del 0 al 100%.
- Hacer correcciones en frecuencia: equalizaciones, controles de graves y agudos, presencia...
- Monitorado de una señal de entrada, varias simultáneamente o a la salida. El monitorado puede ser visual y acústico.
- Proporcionan alimentación fantasma a los micrófonos de condensador
- Ubicación de cada señal en la posición adecuada dentro del "encuadre sonoro" de la mezcla estereofónica.

3. Pregunta de desarrollo medio sobre medios audiovisuales y publicidad. (2 puntos)

Suponiendo que tuviera que analizar un anuncio televisivo, nombre y explique las diferentes posiciones y movimientos de la cámara que han podido usarse y qué se consigue con cada una.

Según las posiciones de la cámara (angulación):

- Ángulo medio o natural (0,1 puntos): la cámara se sitúa a la altura de los ojos del personaje. Transmite naturalidad. (0,1 puntos)
- Ángulo picado (0,1 puntos): se capta la acción desde arriba, por encima de los personajes u objetos. Sirve para empequeñecer o ridiculizar y transmitir inferioridad, angustia y soledad. (0,1 puntos)
- Plano cenital (0,1 puntos): vemos la escena desde arriba a 90° de la horizontal. Es la altura máxima en la que se sitúa la cámara. Permite una visión global de la acción. (0,1 puntos)
- Ángulo contrapicado (0,1 puntos): la cámara se sitúa por debajo y capta la acción de forma que transmite superioridad del personaje, poder, soberbia... (0,1 puntos)
- Plano nadir (0,1 puntos): punto de vista opuesto al cenital. Se emplea como recurso muy concreto y en tomas que obliguen a mirar "desde abajo" (fotografía submarina) (0,1 puntos)

Según los movimientos de la cámara (angulación):

- Panorámica (0,1 puntos): movimiento por el que la cámara gira sobre su eje moviendo el trípode donde se sostiene. Puede ser horizontal, de izquierda a derecha (o viceversa) y vertical, hacia arriba y hacia abajo. Describe el desarrollo del punto de atención y suele tener un contenido descriptivo. (0,15 puntos)
- Travelling (0,1 puntos): movimiento que la cámara ejerce sobre su eje y va hacia atrás o hacia delante. Este movimiento nos introduce en la acción y centra la atención en el personaje u objeto si es avant o hacia delante, y nos saca de la acción aportando significados de soledad, abandono o alejamiento si es retro o hacia atrás. En este último caso es frecuente usarlo como plano final. (0,15 puntos)

- Grúa (0,1 puntos): conjunto de despedazamientos laterales, hacia la izquierda y hacia la derecha, que ejerce la cámara sobre su eje. (0,15 puntos)
- Zoom (0,1 puntos): único movimiento que no es tal sino que, en realidad, se trata de un reencuadre, pues al no desplazarse el punto de vista, no se altera la perspectiva o relación de tamaños entre los objetos. Por lo tanto es un falso movimiento, que tiene multitud de aplicaciones como por ejemplo dar sensación de “golpe de vista” mediante un zoom avant rápido, o simplemente permite cambiar el encuadre sin desplazar la cámara. (0,15 puntos)

4. Definir de manera clara y concisa 4 términos del glosario. (2 puntos)

NOTA PARA LA CORRECCIÓN DEL EJERCICIO 4: Las definiciones siguientes pretenden ser completas, es decir, el máximo que puede responder el alumno. No es necesario que el alumno ofrezca una respuesta idéntica o igual de completa a la que se presenta aquí, sino que la respuesta sea correcta y utilice un lenguaje y una redacción adecuados. Aunque el alumno puede adjuntar ejemplos si lo desea, el no hacerlo no debe restar puntuación.

- 4.1. Raccord (0,5 puntos): continuidad de movimiento, ambiente, gestos, disposición d objetos y decorados entre un plano y el siguiente. Relación de continuidad entre un plano y su precedente y/o siguiente. (0,5 puntos)
- 4.2. Distancia focal (0,5 puntos): en las cámaras fotográficas, distancia entre el punto nodal posterior del objetivo y el plano en el que se proyecta la imagen. La distancia focal se mide en milímetros. (Las distancias focales básicas son: angular, normal y teleobjetivo ESTA PARTE NO SERIA NECESARIA PARA DAR LA RESPUESTA COMO TOTALMENTE CORRECTA) (0,5 puntos)
- 4.3. Ecuilizador (0,5 puntos): aparato que sirve para atenuar o destacar determinadas frecuencia en la grabación o reproducción del sonido. (0,5 puntos)
- 4.4. Clave alta (0,5 puntos): una escena o imagen en clave alta se caracteriza por la predominancia de tonos claros en su contenido. El histograma de una imagen en clave alta muestra la mayor parte de la información a la derecha del gráfico. (0,5 puntos)