

ABAU 2021
CONVOCATORIA ORDINARIA
CRITERIOS DE AVALIACIÓN

CULTURA AUDIOVISUAL II
(Cód. 52)

Na corrección do exame de Cultura Audiovisual II aplicaranse os seguintes **criterios**:

Pregunta 1 (valor máximo 5 puntos), valorarase a capacidade do alumnado para interpretar a idea que se propón (en imaxe ou texto), plasmando a súa opinión razoada e crítica.

Valorarase a descrición xeral da imaxe que faga o alumnado, analizando as funcións comunicativas e estéticas da mensaxe publicitaria a través dos elementos referenciais da imaxe e do texto (tratamento destacado das cores na imaxe e nas mensaxes, personaxes, etc.). Valorarase a capacidade do alumnado para interpretar a imaxe no contexto do seu significado e do seu valor comunicativo; así como a habilidade do alumno/a para explotar as posibilidades expresivas e comunicativas da imaxe (estética e mensaxe). Neste senso, valorarase positivamente tamén, o recoñecemento que faga o alumnado das funcións da publicidade, diferenciando os elementos informativos dos relacionados coa emotividade, a sedución ou a fascinación. Nos criterios de corrección teranse en conta, tamén as reflexións que faga o alumnado para relacionar a composición e estrutura da imaxe coa consecución dos seus obxectivos, incorporando a súa interpretación persoal sobre o público ao que consideran que se dirixe esta campaña publicitaria. En xeral, o alumnado tamén pode reflexionar sobre a dimensión social das mensaxes publicitarias e o valor comunicativo das campañas solidarias/humanitarias. Como parte dos criterios de corrección, premiarase a capacidade expresiva do alumnado (redacción e argumentación).

Como referencia de contexto, indicar que a imaxe correspóndese cunha campaña multimedia promovida por Cáritas en decembro de 2020 para mitigar coa solidariedade os efectos provocados pola COVID-19 nunhas datas tan sinaladas como o Nadal. A lenda “Esta Navidad, más cerca que nunca”, forma parte dunha campaña máis ampla titulada “Cada gesto cuenta”, destinada a paliar a dor de moitas familias sen recursos, as persoas sen emprego ou con escasas oportunidades e, por suposto, ás persoas maiores como colectivos máis afectados pola distancia física, o uso das máscaras e a frustración ante o coronavirus.

Trátase dunha campaña multimedia que pon o foco nas palabras “NAVIDAD” e “cerca” para chamar a atención sobre a necesidade de cubrir con afecto a soidade das persoas maiores nun Nadal aínda condicionado pola distancia imposta polas medidas anti-COVID. Por iso na imaxe desta campaña pódense resaltar varios elementos: os cromatismos vermello e negro na mensaxe central que constrúe un xogo de palabras a través da combinación das palabras destacadas en torno á mensaxe central “Navidad cerca”; a combinación de tipografías en maiúsculas e minúsculas da mensaxe; así como as imaxes en segundo plano da estrela e o portal como símbolos do Nadal, cun efecto difuminado. O obxectivo é resaltar a idea central da campaña que se lanzaba a finais do ano 2020 nun contexto especialmente complicado: é o primeiro Nadal despois dos duros confinamentos e vívese tamén en medio de fortes medidas restritivas que impiden os tradicionais encontros familiares. Nesta situación, a campaña de Cáritas ten como finalidade propoñer as vivencias do Nadal recuperando unha proximidade, non medida en metros, se non en xestos con quen máis os precisan. Trátase de rachar simbolicamente coas distancias e

estar máis preto de quen afrontan unhas condicións de precariedade a causa da pandemia. Un colectivo especialmente sensible nestas simbólicas data é o das persoas maiores que viven a dor da ausencia de quen non os pode acompañar, ben polos falecementos provocados pola COVID-19, ben polas medidas restritivas que impediron os reencontros. Ademais dos textos, cómpre mencionar elementos que integran a composición da imaxe como o especial protagonismo que adquiren as máscaras azul e branca sobre os rostros onde predomina o valor e o significado da mirada en clave, tamén, interxeracional. Estas e outras interpretacións razoadas que poda facer o alumnado entenderanse como correctas sempre e cando se xustifiquen debidamente en torno á mensaxe central da campaña.

Unha campaña que, por outra parte, ten unha dobre funcionalidade: divulgativa dunha triste realidade; e de sensibilización e de concienciación cidadá para mitigar, na medida do posible, os efectos da pandemia nunhas datas tan simbólicas. Finalmente, destacar que a campaña #CadaGestoCuenta é de carácter multimedia como se evidencia no uso do hashtag que conduce a un escenario de difusión online, especialmente a través das redes sociais. Nos criterios de corrección teranse en conta as diversas interpretacións que o alumnado poda facer arredor desta idea xeral e dos obxectivos da campaña. Esta campaña pódese consultar en Internet, na web:

<https://www.caritas.es/campanas/esta-navidad-mas-cerca-que-nunca/>
<https://caritasdeleon.org/cat/campanas/>

Pregunta 2 (valor máximo 5 puntos), valoraranse os coñecementos teóricos do alumnado en relación ao temario. Non é preciso que o alumno/a reproduza con total fidelidade o que se contempla nestes criterios de avaliación, pero sí que responda aos conceptos básicos con corrección. En todas as preguntas, valorarase tamén positivamente que o alumno/a responda con brevidade e concisión. Nota importante: aínda que o/a alumno/a responda máis cuestións, valoraranse únicamente as 5 primeiras respostas que o/a estudante presente nesta pregunta do exame.

Pregunta 3 (valor máximo 5 puntos), valorarase a capacidade do alumnado para abordar o tema que se propón, plasmando a súa opinión razoada e crítica. Neste caso, o tema xeral é a edición e montaxe no cine. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto sobre os procesos da edición e da montaxe no cine, os equipos profesionais que participan nas producións cinematográficas (ampliándose a todas as súas fases), a evolución histórica do cine ata a chegada da TV e o impacto da televisión e de internet na evolución do cine. Valorarase igualmente que o alumnado responda a cada apartado da pregunta de xeito independente, ou que faga unha argumentación conxunta do tema, sempre e cando a resposta conteña os contidos xerais indicados nestes criterios.

Pregunta 4 (valor máximo 5 puntos). Ao igual que na pregunta 3, os criterios de corrección contemplan unha valoración positiva sobre a capacidade do alumnado para abordar o tema que se propón, plasmando a súa opinión razoada e crítica. Neste caso, o tema xeral refírese á radio e os programas informativos. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto sobre como se definen e que importancia teñen os programas informativos no medio radiofónico, unha explicación xeral sobre a radio fórmula informativa, así como o coñecemento doutros cinco tipos de formatos radiofónicos e, finalmente, unha breve explicación sobre como se elabora un programa de radio. Valorarase igualmente que o alumnado responda a cada apartado da pregunta de xeito independente, ou que faga unha argumentación conxunta do tema, sempre e cando a resposta conteña os contidos xerais indicados nestes criterios.