

CULTURA AUDIOVISUAL II

O exame consta de 4 preguntas de 5 puntos, das que poderá responder un **MÁXIMO DE 2**, combinadas como queira. Se responde máis preguntas das permitidas, **só serán corrixidas as 2 primeiras respondidas** / *El examen consta de 4 preguntas de 5 puntos, de las que podrá responder un **MÁXIMO DE 2**, combinadas como quiera. Si responde más preguntas de las permitidas, solo serán corregidas las 2 primeras respondidas.*

PREGUNTA 1. Analice a imaxe e o seu significado, contestando os dous apartados / *Analice la imagen y su significado, contestando los dos apartados:*

1.1. Análise denotativa da imaxe: lectura obxectiva sobre a composición da imaxe. Falar de aspectos como: encadramento, planos, iluminación, cor, profundidade (áreas de enfoque e desenfocado), ángulo, perspectiva, obxectos, escenarios, paisaxes, personaxes, centro de interese, etc. / *Análisis denotativo de la imagen: lectura objetiva sobre la composición de la imagen. Hablar de aspectos como: encuadre, planos, iluminación, color, profundidad (áreas de enfoque y desenfocado), ángulo, perspectiva, objetos, escenarios, paisajes, personajes, centro de interés, etc. (2.5 puntos)*

1.2. Análise connotativa da imaxe: lectura subxectiva. Falar de aspectos como a mensaxe do texto (se hai logotipo, marca, eslogan, etc.), a mensaxe latente da imaxe, o público obxectivo, a emotividade, os valores, tipo de publicidade (comercial, social, humanitaria, etc.). / *Análisis connotativo de la imagen: lectura subjetiva. Hablar de aspectos como el mensaje del texto (si hay logotipo, marca, eslogan, etc.), el mensaje latente de la imagen, el público objetivo, la emotividad, los valores, tipo de publicidad (comercial, social, humanitaria, etc.). (2.5 puntos)*



Fotografía: Campaña contra a violencia de xénero (<https://imaxe.com/portfolio/xunta-de-galicia-haters-da-violencia-de-xenero/>)

PREGUNTA 2. Explique brevemente cinco dos dez apartados / Explique brevemente cinco de los diez apartados:

- 2.1.** A obra (BSO) de John Williams. / *La obra (BSO) de John Williams.* (1 punto)
- 2.2.** A mesa de mesturas ou mesturador de son. / *La mesa de mezclas o mezclador de sonido.* (1 punto)
- 2.3.** Micrófonos bidireccionais e unidireccionais. / *Micrófonos bidireccionales y unidireccionales.* (1 punto)
- 2.4.** Funcións do equipo de produción no cine. / *Funciones del equipo de producción en el cine.* (1 punto)
- 2.5.** O nacemento da TV. / *El nacimiento de la TV.* (1 punto)
- 2.6.** Efectos visuais: as maquetas / *Efectos visuales: las maquetas.* (1 punto)
- 2.7.** O realizador de TV: “Chicho” Ibáñez Serrador. / *El realizador de TV: “Chicho” Ibáñez Serrador.* (1 punto)
- 2.8.** A radio por Internet e o podcast. / *La radio por Internet y el podcast.* (1 punto)
- 2.9.** Os programas de variedades en TV. / *Los programas de variedades en TV.* (1 punto)
- 2.10.** Efectos da TV sobre a industria do cine. / *Efectos de la TV sobre la industria del cine.* (1 punto)

PREGUNTA 3. Desenvolva o seguinte tema: “A BSO na historia do cine: grandes creadores”, contestando as catro cuestións / Desarrolle el siguiente tema: “La BSO en la historia del cine: Grandes creadores”, contestando las cuatro cuestiones:

- 3.1.** A importancia da banda sonora na historia do cine. / *La importancia de la banda sonora en la historia del cine.* (1,25 puntos)
- 3.2.** A BSO na obra de Ennio Morricone / *La BSO en la obra de Ennio Morricone* (1,25 puntos)
- 3.3.** Cite outros catro autores de BSO na historia do cine internacional. / *Cita otros cuatro autores de BSO en la historia del cine internacional.* (1,25 puntos)
- 3.4.** Cite outros catro autores de BSO na historia do cine español. / *Cita otros cuatro autores de BSO en la historia del cine español.* (1,25 puntos)

PREGUNTA 4. Desenvolva o seguinte tema: “A audimetría en TV”, contestando as catro cuestións / Desarrolle el siguiente tema: “La audimetría en TV”, contestando las cuatro cuestiones:

- 4.1.** Que é o audímetro? / *¿Qué es el audímetro?*
- 4.2.** Que é Kantar Media? / *Qué es Kantar Media?* (1,25 puntos)
- 4.3.** Explique: audiencia media e “share”. / *Explique: audiencia media y “share”.* (1,25 puntos)
- 4.4.** Valore a importancia económica dos índices de audiencia en TV e os seus efectos sobre a programación. / *Valore la importancia económica de los índices de audiencia en TV y sus efectos sobre la programación.* (1,25 puntos)

CULTURA AUDIOVISUAL II

O exame consta de 4 preguntas de 5 puntos, das que poderá responder un **MÁXIMO DE 2**, combinadas como queira. Se responde máis preguntas das permitidas, **só serán corrixidas as 2 primeiras respondidas** / *El examen consta de 4 preguntas de 5 puntos, de las que podrá responder un **MÁXIMO DE 2**, combinadas como quiera. Si responde más preguntas de las permitidas, solo serán corregidas las 2 primeras respondidas.*

PREGUNTA 1. Analice a imaxe e o seu significado, contestando os dous apartados / *Analice la imagen y su significado, contestando los dos apartados:*

1.1. Análise denotativa da imaxe: lectura obxectiva sobre a composición da imaxe. Falar de aspectos como: encadre, planos, iluminación, cor, profundidade (áreas de enfoque e desenfocado), ángulo, perspectiva, obxectos, escenarios, paisaxes, personaxes, centro de interese, etc. / *Análisis denotativo de la imagen: lectura objetiva sobre la composición de la imagen. Hablar de aspectos como: encuadre, planos, iluminación, color, profundidad (áreas de enfoque y desenfocado), ángulo, perspectiva, objetos, escenarios, paisajes, personajes, centro de interés, etc. (2.5 puntos)*

1.2. Análise connotativa da imaxe: lectura subxectiva. Falar de aspectos como a mensaxe do texto (se hai logotipo, marca, eslogan, etc.), a mensaxe latente da imaxe, o público obxectivo, a emotividade, os valores, tipo de publicidade (comercial, social, humanitaria, etc.). / *Análisis connotativo de la imagen: lectura subjetiva. Hablar de aspectos como el mensaje del texto (si hay logotipo, marca, eslogan, etc.), el mensaje latente de la imagen, el público objetivo, la emotividad, los valores, tipo de publicidad (comercial, social, humanitaria, etc.). (2.5 puntos)*



Fotografía: Campaña *A túa liberdade, a mellor aposta* (http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id_nova=19926&lg=gal)

PREGUNTA 2. Explique brevemente cinco dos dez apartados / Explique brevemente cinco de los diez apartados:

- 2.1** O estudo de radio. / *El estudio de radio.* (1 punto)
- 2.2** Como se mide a audiencia de TV? / *¿Cómo se mide la audiencia de TV?.* (1 punto)
- 2.3** A BSO no cine español: Roque Baños. / *La BSO en el cine español: Roque Baños.* (1 punto)
- 2.4** Defina lonxitude e amplitude de onda. / *Defina longitud y amplitud de onda.* (1 punto)
- 2.5** Os efectos narrativos do son. / *Los efectos narrativos del sonido.* (1 punto)
- 2.6** Definición de audimetría. / *Definición de audimetría.* (1 punto)
- 2.7** Gags visuais e sonoros no cine. / *Gags visuales y sonoros en el cine.* (1 punto)
- 2.8** Que significan as siglas PAL? / *¿Qué significan las siglas PAL?* (1 punto)
- 2.9** Defina: plano xeral, plano americano e plano medio. / *Defina: plano general, plano americano y plano medio.* (1 punto)
- 2.10** O produtor executivo en TV. / *El productor ejecutivo en TV.* (1 punto)

PREGUNTA 3. Desenvolva o seguinte tema: “Os fitos históricos na evolución do cine”, contestando as catro cuestións / Desarrolle el siguiente tema: “Los hitos históricos en la evolución del cine”, contestando las cuatro cuestiones:

- 3.1.** O cine como industria: produción, distribución e exhibición. / *El cine como industria: producción, distribución y exhibición.* (1,25 puntos)
- 3.2.** O paso do cine mudo ao cine sonoro. / *El paso del cine mudo al cine sonoro.* (1,25 puntos)
- 3.3.** A competencia da televisión. / *La competencia de la televisión.* (1,25 puntos)
- 3.4.** Impacto de Internet no cine. / *Impacto de Internet en el cine.* (1,25 puntos)

PREGUNTA 4. Desenvolva o seguinte tema: “O Estudo Xeral de Medios (EGM) e a medición de audiencia”, contestando as catro cuestións / Desarrolle el siguiente tema: “El Estudio General de Medios (EGM) y la medición de audiencia”, contestando las cuatro cuestiones:

- 4.1.** O Estudo Xeral de Medios (EGM): definición e utilidade. / *El Estudio General de Medios: definición y utilidad.* (1,25 puntos)
- 4.2.** O perfil de audiencia. / *El perfil de audiencia.* (1,25 puntos)
- 4.3.** Outros sistemas de medición de audiencia. / *Otros sistemas de medición de audiencia.* (1,25 puntos)
- 4.4.** A medición de audiencia en Internet. / *La medición de audiencia en Internet.* (1,25 puntos)

ABAU 2023

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, cómpre indicar que a imaxe correspóndese cunha campaña promovida pola Xunta de Galicia de repulsa contra a violencia de xénero e, especialmente, contra aquelas actitudes que se sitúan no plano psicolóxico e que son máis difíciles de detectar. A campaña insta á mobilización social para denunciar calquer tipo de violencia.

Cun desenvolvemento creativo desenfadado, a campaña “#HATER” pon o foco na combinación das palabras “**EU TAMÉN SON**” + “#HATER” + “**dos que non che deixan saír cos teus amigos**” + “**Sé intolerante, Identifica, rexeita e denuncia a violencia de xénero**”, coas que se constrúe a mensaxe central. Na imaxe, ademais desta mensaxe central e de elementos básicos como a composición (localización en interiores, plano xeral, ángulo frontal, luces e sombras, profundidade de campo, fondo difuminado...), pódense resaltar aspectos como os cromatismos máis destacados nas tipografías en maiúsculas (amarelo e branco); a expresión do rostro da persoa protagonista (con especial atención á mirada, aos beizos e ás mans), e o seu “outfit”. Ademais, débense comentar outros elementos complementarios da imaxe como os números de teléfono, o enderezo web, os logotipos das entidades promotoras e o símbolo da “#” co que se indica a extensión da campaña nas redes sociais.. 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.

Na análise connotativa teranse en conta a lectura subxectiva da imaxe. Como no propio exame, ao pé da imaxe, xa se identifica a autoría e o tipo de camapaña, valorarase

positivamente que o alumnado identifique e explique (defina) o concepto de publicidade de carácter social e humanitario, e que interprete a mensaxe do texto (eslogan), a mensaxe latente da imaxe, o público obxectivo ao que se dirixe, a emotividade ou os valores que se transmiten. Valorarase que o alumnado faga estas interpretacións no contexto do que implica esta mensaxe entre os/as mozos/as. Nos criterios de corrección teranse en conta as diversas interpretacións que o alumnado poda facer arredor desta idea xeral e dos obxectivos da campaña que se pode consultar en Internet:

<https://imaxe.com/portfolio/xunta-de-galicia-haters-da-violencia-de-xenero/>

Pregunta 2 (valor máximo 5 puntos), valorarase os coñecementos teóricos do alumnado en relación ao temario. Non é preciso que o alumno/a reproduza con total fidelidade os contidos aprendidos, pero si 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, valorarase unicamente 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 BSO na historia do cine, con especial atención aos grandes creadores. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto a importancia da banda sonora na historia do cine, recoñecer a importancia da BSO na obra de Ennio Morricone (identificando obras emblemáticas do compositor na historia do cine universal), e coñecer outros/as autores/as emblemáticos de BSO no panorama internacional e español. 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 audimetría na televisión. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para definir que é o audímetro, recoñecer á principal empresa medidora da audiencia televisiva a nivel español -e unha das principais tamén no contexto internacional), e explicar dous indicadores básicos dos resultados, como son a audiencia media e o “share” ou cuota de pantalla. Considerarase positivo tamén que o alumnado explique a importancia económica que teñen os índices de audiencia na TV e os seus efectos sobre a programación. 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.

ABAU 2023

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA
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, cómpre indicar que a imaxe correspóndese cunha campaña promovida polo Concello de Santiago e a UMAD para concienciar aos máis novos/as sobre os perigos dos xogos online e as apostas presenciais. A campaña pretende sensibilizar sobre o xogo de diñeiro e apostas deportivas en xente moza, lanzando a idea de que o que empeza como un xogo para gañar algo de diñeiro pode desembocar nalgo máis grave, entendendo que a ludopatía é un trastorno recoñecido pola Organización Mundial da Saúde (OMS) con consecuencias alarmantes que se manifestan en tristura, illamento social, absentismo laboral, diminución do rendemento, furtos entre familia ou amigos e compañeirxs, etc.

A campaña “A TÚA LIBERDADE, A MELLOR XOGADA. STOP APOSTAS” pon o foco na combinación das palabras da parte superior e inferior da imaxe coas que se constrúe a mensaxe central. Na imaxe, ademais desta mensaxe central e de elementos básicos como a composición (primeiro plano, ángulo frontal, iluminación artificial, centro de interese...), pódense resaltar os elementos superpostos dixitalmene sobre parte do rostro feminino en alusión á temática da campaña. Neste senso, pode relacionarse o vermello do sinal do “STOP”, co vermello empregado tamén estratéxicamente noutros elementos como a palanca dunha máquina de xogo, o rombo, etc., identificando unha mensaxe de perigo; ou o símbolo do dólar e os elementos en verde pódense relacionar cos cartos e as apostas, e identifícanse tamén, por exemplo, nos billetes, no campo de fútbol, as máquinas de xogo (tragaperras), etc. Ademais, débese facer referencia á expresión do rostro da rapaza protagonista (con especial atención á mirada), así como a outros elementos

complementarios da imaxe: os cromatismos das tipografías das mensaxes en maiúsculas (amarelo e branco), os logotipos das entidades promotoras ou os efectos dixitais. 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.

Na análise connotativa teranse en conta a lectura subxectiva da imaxe. Como no propio exame, ao pé da imaxe, xa se identifica a autoría e o tipo de campaña, valorarase positivamente que o alumnado identifique e explique (defina) o concepto de publicidade de carácter social e humanitario, e que interprete a mensaxe do texto (eslogan), a mensaxe latente da imaxe, o público obxectivo ao que se dirixe, a emotividade ou os valores que se transmiten. Valorarase que o alumnado faga estas interpretacións no contexto do que implica esta mensaxe entre os/as mozos/as. Nos criterios de corrección teranse en conta as diversas interpretacións que o alumnado poda facer arredor desta idea xeral e dos obxectivos da campaña que se pode consultar en Internet:

http://santiagodecompostela.gal/hoxe/nova.php?id_nova=19926&lg=gal

Pregunta 2 (valor máximo 5 puntos), valorarase os coñecementos teóricos do alumnado en relación ao temario. Non é preciso que o alumno/a reproduza con total fidelidade os contidos aprendidos, pero si 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, valorarase unicamente 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 son os fitos históricos na evolución do cine. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto sobre o cine como industria (producción, distribución e exhibición) e a súa evolución desde o paso do cine mudo ao cine sonoro; ata o impacto de internet no cine, pasando pola irrupción da televisión como competencia. 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 ao Estudo Xeral de Medios (EGM) e a medición de audiencia. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para definir que é o Estudo Xeral de Medios (EGM) e a súa utilidade, así como a definición do perfil de audiencia. Considerarase positivo tamén que o alumnado explique que outros sistemas de medición de audiencia se empregan como referencia para os distintos medios e soportes, e cal é o sistema de medición de audiencia en Internet. 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.