

ABAU
CONVOCATORIA DE SETEMBRO
Ano 2017
CRITERIOS DE AVALIACIÓN
CULTURA AUDIOVISUAL II
(Cód. 52)

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

Na primeira parte da proba (valor máximo 4 puntos), valorarase a capacidade do alumnado para interpretar a imaxe no contexto do seu significado e do seu valor comunicativo, no caso da opción B, tendo en conta que a imaxe corresponde a unha campaña de tráfico que alerta dos perigos de entreterse mentres se conduce. Pódense dar por correctas ideas expresadas polos alumnos/as sobre a interpretación da composición na imaxe publicitaria, entendendo que “compoñer é organizar os elementos visuais dentro dun encadre e ordenalos conforme unha idea. Na composición entran en xogo distintos aspectos como a idea da mensaxe e a argumentación narrativa”.

No caso da opción A, o alumnado debe reflexionar sobre o valor da banda sonora do cine, tanto desde o punto de vista conceptual como de aplicación concreta no caso desta película. Como pauta básica de corrección, poden darse por correctos conceptos que o alumno/a exprese ao redor da seguinte idea xeral: “Desde un punto de vista musical, enténdese como banda sonora aquela música tanto vogal como instrumental composta expresamente para unha película, cumprindo coa función de potenciar aquelas emocións que as imaxes por si soas non son capaces de expresar. Cando a banda sonora é creada expresamente para unha obra determinada e non emprega música preexistente recibe a denominación de Banda sonora orixinal, abreviado como BSO (en inglés OST, *Original Soundtrack*)”.

Na segunda parte da proba (valor máximo 6 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 si que responda aos conceptos básicos con corrección. En todas as preguntas, valorarase tamén positivamente que o alumno/a se cinga ao límite de espazo designado previamente (5-10 liñas de resposta).

OPCIÓN A:

b.1. Define: Que é un plató de televisión / Define: Qué es un plató de televisión (máximo 2 puntos)

O plató de televisión é o espazo físico onde se sitúa o decorado no que ten lugar “o que ve o espectador”. O seu tamaño vai desde os máis pequenos que miden entre 50 e 100 metros cadrados, dotados con 2 ou 3 cámaras, e os de gran tamaño, por enriba dos 1.500-2.000 metros cadrados, empregados nos grandes programas espectaculares ou naqueles onde se empregan decorados de gran tamaño. A dotación técnica do

plató, independentemente do programa que se vaia realizar, adoita constar dos seguintes elementos: cámaras, monitores, teleprompter ou autocue, iluminación e son. No plató execútanse as ordes que proceden do control de realización”.

Poden darse por válidas tamén as respostas que inclúan conceptos sobre a realización dun programa de televisión, os medios técnicos que se empregan ou os equipos humanos que interveñen.

b.2. Define: O silencio na radio / Define: el silencio en la radio (máximo 2 puntos)

Aínda que poida parecer paradoxal, o silencio ten unha gran forza comunicativa na radio. O silencio é unha pausa intencionada capaz de narrar, expresar, describir... grazas á súa situación entre os elementos que van antes e despois del. O silencio é especialmente útil na radio para recalcar o estado emocional do que fala (non é o mesmo facer tempo que ir rápido, expresar medo, cólera, sorpresa, amor...), convida a reflexionar sobre o que se dixo, marca tempos a través da pausa, recalca o receo, a suspicacia, a dúbida ou a desconfianza ao non rematar unha frase e dá máis énfase a un discurso. O silencio pode converterse na marca profesional dun locutor, e manéxao con dominio e sen abuso. En España, un dos considerados “mestres” no uso do silencio como recurso na palabra radiofónica foi Jesús Quintero, durante os anos 80, no seu programa *El loco de la colina*. Posteriormente trasladouno aos seus programas en televisión como *El perro verde* ou *Ratones colorados*, conferíndolle a este xornalista un ritmo persoal e un estilo únicos.

b.3. Uso responsable da rede / Uso responsable de la red (máximo 2 puntos)

O libre acceso a Internet e ás redes sociais non implica que os usuarios coñezan as súas condicións de uso. A realidade é que existe un gran descoñecemento, o que pode derivar en serios problemas. Nesta reposta pódense dar por válidas todas aquelas ideas expresadas polo alumno/a que conviden a reflexionar sobre os perigos da rede e sobre o uso responsable que os cidadáns están obrigados a facer dela (por exemplo, políticas de privacidade, dereitos de imaxe, uso dos perfís profesionais e privados, o uso dos “likes”, riscos de compartir imaxes e outros contidos, necesidade de diferenciar o real do que non o é, o perigo á difamación, o ciberacoso etc.).

OPCIÓN B

b.1. Define o Slapstick / Define el Slapstick (máximo 2 puntos)

Traducido do inglés como "bufonada" ou "pallasada", ou "golpe e trompazo". É un subxénero da comedia que se caracteriza por presentar accións esaxeradas de violencia física que non derivan en consecuencias reais de dor. O *slapstick* é unha forma buliciosa de comedia que basea o seu atractivo na dor, a farsa, os golpes e as bromas prácticas do humor cru para crear un efecto cómico no espectador, excedendo os límites do sentido común. O humor *slapstick* é un enfoque da comedia que recorre a bromas esaxeradas de humor físico para definir unha produción dramática que contén un argumento sinxelo. Convértese nun dos primeiros enfoques do cinema e a animación, o cal florecería entre os anos 1900 a 1940. O *slapstick* convértese nun elemento clave do humor estadounidense, estilo de humor cru que marcou a produción fílmica e televisiva durante a primeira metade do século XX. Este xénero da

comedia é tamén unha forma usual de gag cómico que resulta nunha imposibilidade física ou ocorrencias inesperadas que transmiten un chiste práctico a través da utilización de secuencias visuais, normalmente converténdose en bromas prácticas clásicas que representan unha referencia recorrente na produción dramática, fílmica ou televisiva (exemplo: lanzar un pastel á cara ou un personaxe golpeado cunha tixola).

b.2. O valor funcional, expresivo e comunicativo dos recursos sonoros / El valor funcional, expresivo y comunicativo de los recursos sonoros (máximo 2 puntos)

Moitos opinan que, dun ou doutro xeito, o son acompaña ou enriquece a imaxe, partindo dun concepto de estudo afastado de ambas as canles de información. Michel Chion fala do “valor engadido” xerado pola concorrencia da imaxe e do son sobre “o valor da suma de ambos por afastado”. O erro está precisamente aí, en afastalos. A linguaxe audiovisual recibe este nome porque ambas as compoñentes traballan ao unísono para levar a sensación, a información e mesmo o pracer ao receptor que o recibe por esa dobre canle: o oído e os ollos. A súa riqueza, a súa maxia, reside nesa dualidade. A importancia do son como elemento narrativo é fundamental e non só como complemento da imaxe. Hai 3 liñas expresivas concretas:

- Comunica sensacións e universos espaciais creando perspectivas.
- Crea e comunica a continuidade do relato.
- Matiza, intensificando ou suavizando, o efecto narrativo da imaxe.

Pódense dar por correctas respostas que inclúan conceptos ao redor da perspectiva e os planos sonoros, e outros elementos básicos sobre o son.

b.3. Os programas deportivos na radio / Los programas deportivos en la radio (máximo 2 puntos)

1. Magacín deportivo: contedor de información e pezas de entretemento sobre temática deportiva.
2. Retransmisións de eventos deportivos.

Poden aceptarse tamén nesta listaxe de programas os informativos deportivos en radio ou as reportaxes sobre temática deportiva da radio, os faladoiros/debates deportivos etc.