

ABAU  
CONVOCATORIA DE XUÑO  
Ano 2018  
CRITERIOS DE AVALIACIÓN  
  
CULTURA AUDIOVISUAL II  
(Cód. 52)

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

**RITERIOS DE CORRECCIÓN PARA AS PREGUNTAS DE DESENVOLVEMENTO:**

Na primeira parte da proba (valor máximo 4 puntos), valorarase a capacidade do alumnado para interpretar a idea que se propón (en imaxe ou texto), facendo referencia, por un lado, aos conceptos teóricos cos que se relaciona e, por outro, plasmando a súa opinión razoada e crítica.

No caso da **opción A**, na primeira pregunta o alumnado pode reflexionar sobre o valor da banda sonora do cine español e referenciar aos principais autores. Como pauta básica de corrección, poden darse por correctos conceptos que o alumno/a exprese en torno á seguinte idea xeral: "O concepto de banda sonora abarca todos os sons que escoitamos nunha obra audiovisual, sexa unha película, un programa de televisión ou un videoxogo. Está integrada por varias pistas de son que poden presentarse mesturadas ou por separado, e que son: os diálogos, a música, o son ambiente e os efectos do son. Aplícase tamén esta denominación á música entendida como unha obra artística independente e que, en moitas ocasións, chega a caracterizar e mesmo facerse mais famosa que a obra cinematográfica da que provén (exemplos: La guerra de las galaxias -John Williams-). Polo tanto, coñécese xeralmente como banda sonora (BSO) ao tema ou temas musicais que ten incorporados unha película pero, en realidade, o concepto de banda sonora inclúe todos os son que incorpora o filme (diálogos, son ambiente, música e efectos)". A resposta a esta pregunta pode completarse coa referencia a algúns dos autores españois recoñecidos.

Na segunda pregunta da opción A, os/as estudantes deben aportar no seu comentario persoal unha opinión razoada sobre a importancia da banda sonora da película "El señor de los anillos. El retorno del rey".

-----

No caso da **opción B**, na primeira pregunta o alumnado debe reflexionar sobre os tipos e as funcións da publicidade, relacionando o comentario cos conceptos teóricos. Como pauta básica de corrección, poderíanse considerar correctos conceptos que xiren en torno á estimulación da demanda selectiva, a publicidade de resposta directa, a publicidade de resposta retardada, a publicidade empresarial, a publicidade comercial ou a publicidade social. Tamén poden darse como válidas, respostas que inclúan ideas sobre a publicidade subliminal, o neuromarketing, a estratexia de emprazamento ou as

normas formas de publicidade vencelladas a Internet. En xeral, pódense dar por correctas aquelas respostas nas que os alumnxs reflexen as súas ideas sobre os tipos de publicidade que existen actualmente e as súas funcións.

Na segunda pregunta desta opción B, trátase de que os/as estudantes realicen un comentario interpretativo sobre a campaña centrada no hashtag #cierraUNICEF e a importancia da súa divulgación a través de Internet. Daranse por correctas aquelas respostas que relacionen o concepto teórico xeral da dimensión social da publicidade e o caso das campañas humanitarias coa interpretación do caso práctico que se propón. Consideraranse correctas ideas en torno á seguinte consideración xeral: "A publicidade é unha das técnicas destinadas a promocionar produtos e servizos, pero non necesariamente teñen que tratase de promocións comerciais. Existe un tipo de publicidade que ten como finalidade informar, educar e motivar ao público sobre temas de dimensión social; é dicir, publicidade non comercial de intrese e servizos públicos. O obxectivo dunha campaña social é modificar un determinado hábito nas conductas públicas, cun propósito positivo que se traduza nunha nova conquista de benestar social para o individuo e o conxunto da comunidade. As campañas humanitarias son campañas sociais destinadas a provocar un cambio de conducta ou a concienciación sobre determinadas situacións de inxustiza ou deshumanización que poden mellorarse coa participación voluntaria e desinteresada dos individuos". Valorarase a capacidade argumental dxs alumnxs.

Sobre a interpretación do valor comunicativo da imaxe publicitaria e do texto «Error 404 - Página no encontrada», a modo de suxestións poden darse como correctas as ideas que os/as alumnxs expresen en torno:

- A importancia de ter cumprida a súa misión, polo que xa non é preciso continuar...
- O desexo de que o anterior non fose só un soño, se non unha realidade...
- A campaña simulaba un erro 404 de web non atopada co que a ONG chamaba a unha mobilización massiva, cun enfoque diferente, para que esta desaparición se produza algún día...
- O esforzo que implica lograr este obxectivo e os retos que aínda quedan por diante...
- A forza comunicativa da imaxe: fagamos circular polo mundo, coa rapidez e o alcance que Internet, esta "boa nova". De feito, a campaña real provocou unha avalancha de reaccións a través de internet, convertíndose en viral, grazas ao teu toque "alarmante"
- Os perigos que pode implicar non distinguir entre realidade e desexo na confusión que pode implicar Internet se non se saben interpretar as mensaxes... O director executivo de Unicef Comité Español, Javier Martos, declarou: «cerrar UNICEF es un sueño porque supondría que se cumplen los derechos de todos los niños en todos los lugares».
- O obxectivo declarado pola ONG nunha nota de prensa de presentación da campaña era "lograr unha gran mobilización", e concienciar de lograr un mundo mellor para todos os nenos implicaría que o labor de Unicef non fose necesario.
- O valor xeral da publicidade social.

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 sí que responda aos conceptos básicos con corrección. En todas as preguntas, valorarase tamén positivamente que o alumno/a se ciña ao límite de espazo designado previamente (5-10 liñas de resposta):

---

### **CRITERIOS DE CORRECCIÓN PARA AS PREGUNTAS BREVES:**

#### **OPCIÓN A:**

##### **b.1. Define: Que é un control de realización (máximo 2 puntos)**

Resumir as seguintes ideas: O control de realización é o “cerebro” do estudo. Nel tómanse as decisións que atinxen ao tratamento técnico do sinal de vídeo e de audio, a elaboración narrativa e a súa posta en antena ou grabación. Isto propicia que cada unha das áreas básicas do traballo teña, á súa vez, un control específico onde desenvolver o seu cometido: control de imaxe, iluminación e son e mesmo salas de vídeo. No control de realización propiamente dito atópase un panel vertical con monitores e cada un deles amosa unha das fontes de imaxe que confluirán na mesa de mesturas para ser sincronizadas: cámaras, magnetoscopios de reprodución e gravación (players e recorders), sinais externas, xeradores de efectos, autocúe (prompter), titulador, segmento de continuidade propia e allea, etc. Diante do panel de monitores de imaxe e a unha distancia axeitada para a súa óptima contemplación temos a mesa de mesturas. A súa configuración variará según a dotación, desde un simple conmutador de sinais ata unha potente mesa de control que puidera estar configurada así: no centro estaría o posto do realizador, coa intercomunicación (micrófonos, altavoces e panel selector) e monitores de ordenador para seguir minutados ou guións. A un dos seus lados atópase a mesa de mezclas ou mezclador, na que se sincronizan e seleccionan os sinais de imaxe que entran e saen do control. Tamén se atopa aquí o xenerador de efectos dixitais, titulador, librería de imaxes, controis remotos de magnetoscopios, cámaras, control de autocue (prompter) e monitores de escoita.

*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: a función expresiva do son (máximo 2 puntos) -**

A importancia do son, como elemento narrativo, é capital e non só como complemento da imaxe. Sintetizando, podemos dicir que actúa en tres 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.
- Tamén poden considerarse funcións expresivas do son:
- . Aumentar a sensación de realidade dunha imaxe
  - Transmitir información
  - Axudar a crear ambientes

### **b.3. Producción e edición multimedia (máximo 2 puntos)**

Resumir as seguintes ideas: existen dous grandes grupos de programas pensados para integrar imaxe e son:

a) Programas de edición de vídeo

b) Programas para a realización de presentacións

Avid, Adobe Premiere, Final Cut ou Sony Vegas Pro son os mais empregados no ámbito profesional ou semiprofesional, mentras que Windows Movie Maker, iMovie, Pinnacle Studio ou Nero empréganse na edición amateur, aínda que poden ser igualmente válidos para familiarizarse coa edición multimedia.

*Poden darse por válidas tamén as respostas que inclúan conceptos sobre a montaxe como a captura/volcado, importación, proxecto, bins, master clip ou clip; así como aquelas que falen das liñas de tempo, a organización do material, a randerización, os keyframes ou as exportacións dos produtos finais.*

-----

## **OPCIÓN B**

### **b.1. Define: intensidade, ton e timbre (máximo 2 puntos)**

- Intensidade: enerxía que contén o son. Determinada pola amplitude da onda, tradúcese no volume co que o escoitamos e mídese en decibelios (dB)
- Ton: é a frecuencia da onda e grazas a él distínguese entre sons graves e agudos. Os primeiros son as frecuencias baixas e os agudos, as altas. Mídese en ciclos/seg ou hercios (Hz) e o oído humano pode percibir entre 16 Hz e 20.000 Hz.
- Timbre: son as frecuencias secundarias. Na vida cotiá non existe ningún son puro, de xeito que a onda principal ven acompañada doutras frecuencias secundarias que son múltiplos da principal e chámanse armónicas. Por iso distínguese unha mesma nota (mesma frecuencia) emitida por distintos instrumentos. O número en intensidade dos seus harmónicos os diferencia.

### **b.2. Os programas divulgativos e documentais en televisión (máximo 2 puntos)**

Refírense ao campo específico do coñecemento da realidade social e adoptan a forma documental ou de revista periódica e engloba os seguintes formatos:

- Arte
- Humanidades

- Ciencia
- Ocio e consumo (viaxes, etc.)

### **b.3. O radioteatro (máximo 2 puntos)**

Resumir as seguintes ideas: xénero estrela nas primeiras décadas da radio. Permite aproveitar ao máximo os recursos narrativos do medio radiofónico que historicamente contaba cun prestixioso cadro de actores, un equipo de técnicos especialistas en efectos sonoros en directo, un ambientador musical e un realizador de actores e de estudo. Os radioteatros, ademais de a través das ondas, tamén permiten público en directo. Algunhas radio tratan de recuperar esta modalidade de ficción radiofónica como “xénero de culto”, como fai RNE en colaboración coa Fundación Autor; ou a Cadea SER (en 2015 estreou a obra ¡Qué bello es vivir!). Hoxe, as webs das dúas emisoras ofrecen podcast das súas producións emblemáticas nun exemplo de hibridación da dixitalización dos arquivos sonoros e Internet.

*Poden darse por válidas tamén as respostas que falen da adaptación literaria á radio.*