

ABAU
CONVOCATORIA DE SETEMBRO
Ano 2020
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 do Goberno de España (Ministerio de Sanidade e Benestar Social-2019) contra a violencia infantil e baixo o título xenérico: “Crecer sin violencia para vivir sin miedo”.

Trátase dunha campaña multimedia que pon o foco nas palabras “CRECER” e “SIN MIEDO” para chamar a atención sobre a necesidade de poñer fin á violencia infantil. Por iso na imaxe desta campaña pódense resaltar varios elementos: os cromatismos amarelo e branco na mensaxe central que constrúe un xogo de palabras a través da combinación das palabras iniciais e finais (CRECER SIN MIEDO). O obxectivo é enfatizar a idea central da campaña que se lanzaba a finais do ano 2019 no marco da conmemoración do 30º aniversario da aprobación da Convención sobre os Dereitos do Neno de Nacións Unidas que supuxo un punto de inflexión ao recoñecer por primeira vez aos nenos, nenas e adolescentes como suxeitos de pleno dereito, establecendo a obriga da súa protección contra calquera forma de violencia. A campaña xurde, tamén, no marco da aprobación do Anteproxecto de Lei Orgánica de Protección Integral da Infancia e a Adolescencia, para protexer a integridade física, mental e moral ante calquera forma de violencia. O texto cunha tipografía máis reducida e en minúsculas, actúa de explicación complementaria á mensaxe central, ao igual que o resto de elementos que integran a imaxe.

Ademáis dos textos, cómpre mencionar elementos que integran a composición da imaxe como a cama e, de xeito especial, destacar o protagonismo do neno agochado coa mirada posta en quen o observa, e que se pode interpretar como unha mirada de quen pretende obter comprensión e axuda; pero tamén como unha mirada de medo cara quen pretende

agredilo... Polo tanto, esta imaxe tamén fai fincapé indirectamente na figura do “espectador”; é dicir, do suxeito que protagoniza a mirada do neno. 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 poñer freo a unha lacra social como é a violencia infantil. Finalmente, destacar que a campaña #CrecerSinViolencia é de carácter multimedia como se evidencia no emprego do hashtag que conduce a un escaerio 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, nas webs:

- <https://www.msrebs.gob.es/campannas/campanas19/crecerSinViolencia.htm>
- <http://www.injuve.es/convivencia-y-salud/noticia/campana-crecer-sin-violencia-para-vivir-sin-miedo>
- <https://www.msrebs.gob.es/campannas/campanas19/crecerSinViolenciaM.htm>

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 respoite a 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 son os efectos no cine. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto sobre os efectos na historia do cine, os efectos que se empregaron na película “Cantando bajo la lluvia”, a evolución cara os efectos dixitais e a escenografía virtual. Valorarase igualmente que o alumnado respoite 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 deportivos. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto sobre a importancia que teñen os programas deportivos no medio radiofónico, unha explicación xeral sobre a tipoloxía de emisoras de radio (públicas e comerciais), así como un contexto histórico sobre a evolución da radio e, finalmente, unha breve explicación sobre os efectos sonoros na radio. Valorarase igualmente que o alumnado respoite 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.