

ABAU  
CONVOCATORIA DE XULLO  
Ano 2019  
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:**

**OPCIÓN A:**

Na primeira parte da proba (valor máximo 6 puntos), valorarase a capacidade do alumnado para interpretar a idea que se propón (en imaxe ou texto), plasmando a súa opinión razoada e crítica.

No caso da **opción A**, na primeira pregunta 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 de Manos Unidas do ano 2018 de loita contra a fame baixo o título xenérico: “Comparte lo que importa”.

Trátase dunha campaña multimedia que pon o foco na palabra “compartir” para chamar a atención sobre as cifras e as mensaxes que cada día se comparten en redes sociais (o número de usuarios de redes sociais supera os miles de millóns en todo o mundo -por exemplo, Facebook superou os 2.061 millóns en 2017, Whatsapp xa é utilizada por máis de 1.300 millóns de persoas cada ano). Por iso, Manos Unidas recolle na súa imaxe de Campaña a transformación dun móbil nunha regadeira: un símbolo que a organización utiliza para que vexamos que o que “compartimos” ten resultado e leva a prosperidade aos países nos que realiza os seus proxectos de cooperación.

Con esta campaña a ONG pretende dar resposta ás causas e problemas que provocan a fame do mundo, centrándose en tres cuestións esenciais e urxentes que poden axudar a acabar coa pobreza e a fame no mundo: favorecer iniciativas que permitan o acceso aos alimentos para consumo humano, e non para o beneficio económico; impulsar sistemas de

producción sustentables co medio ambiente e expor propostas que eviten a perda e o desperdicio de alimentos. 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 de 2018 pódese consultar en internet, na web de Manos Unidas  
#ComparteLoQueImporta:

<https://www.manosunidas.org/campana/comparteloqueimporta/noticia/manos-unidas-lanza-campana-comparte-lo-importa>

<https://www.manosunidas.org/campana/comparteloqueimporta/2018-comparte-lo-importa>

Na segunda parte da proba (valor máximo 4 puntos), valorarase 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.

---

#### **OPCIÓN B:**

Na primeira parte da proba (valor máximo 6 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 internet e os cambios que implicou Internet na difusión de obras audiovisuais. Non se esixen respostas memorísticas e valorarase a capacidade argumental do alumnado para trazar un contexto sobre a importancia que ten a adaptación dos medios audiovisuais ao novo contexto de difusión a través de internet. Daranse por correctas as respostas do alumnado que conteñan datos sobre o novo escenario da difusión das obras audiovisuais no contexto *online*, a importancia que tivo a aparición de YouTube nas novas formas de consumo audiovisual, especialmente na mocidade, así como a novas televisións e radios interactivas (non só os medios tradicionais que se adaptaron a internet, se non tamén aquelas televisións e radios que xurdiron xa directamente na Rede). Ademáis, valorarase igualmente que o alumnado respostase a cada apartado da pregunta, de xeito independente, ou que fixera unha argumentación conxunta do tema, sempre e cando a resposta conteña os contidos xerais indicados nestes criterios.

Na segunda parte da proba (valor máximo 4 puntos), valorarase 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.