

**MINESEC- OBC**

**Durée : 3h**

**Coef. : 3**

**PROBATOIRE SES**

**Epreuve zéro:**

## **ESPAGNOL L V II**

### **Texto:**

Los especialistas en derechos humanos piensan que la representación de las personas en publicidad es injusta y discriminatoria. En el caso de hombres y mujeres, existe una fuerte tendencia a presentar a los primeros como protectores, los fuertes, mientras que a las segundas las vemos básicamente en roles secundarios. Sin embargo las escenas discriminatorias no se circunscriben a esos ámbitos, ya que al mostrar a un tipo de personas en las que predomina la piel blanca y los cabellos claros, dejan de lado la diversidad racial que existe en nuestro país (andinos, mestizos, afro descendientes, etc.)

Mariela Jara señala que los mensajes publicitarios también discriminan cuando exponen situaciones en las que priman momentos de realización, felicidad y prosperidad económica en un país en el que una gran parte de la población vive en la pobreza.

Para sus defensores, la publicidad es el espejo de la cultura que hemos adquirido a lo largo de los años. David Solari Martin explica que el individuo presta a los anuncios comerciales ideales de belleza y comportamiento. La sociedad acepta el modelo y la publicidad lo escoge. Es seguro que el color de tinte que más se vende en el país es el rubio y acá las mujeres no son rubias. Entonces, estos mensajes nos alienan o tenemos parámetros de belleza que no corresponden a nuestra realidad, pero los aceptamos. Además, algunos spots publicitarios son ando céntricos (comerciales de cerveza), sexistas (productos de limpieza) o se centran en una determinada raza (productos de belleza). Por ejemplo, si vendemos mototaxis no vamos a utilizar modelos de ojos azules, porque ese no es el público consumidor.

Por otro lado, las marcas de las instituciones bancarias y bebidas gaseosas tienen promociones en las que aparecen modelos con rasgos andinos. Lo que sucede es que hay un problema de identidad que provoca una falta de unidad entre los criterios y los mensajes que se emplean para elaborar los avisos publicitarios.

<http://razonamiento-verbal1.blogspot.com/2014>

**I-COMPRESIÓN DEL TEXTO: 10 puntos**

1-¿Qué piensan los especialistas en derechos humanos de la representación en publicidad? ¿Por qué? 2 pts

2-¿Por qué, según Mariela Jara, son discriminatorios los hechos expuestos en los mensajes publicitarios? 2 pts 1/3

3-Saque del texto un detalle que muestra el poder alienante de la publicidad. 2 pts

4-¿Cuál es el grave problema que provocan los mensajes publicitarios? Proponga a los gobiernos dos soluciones contra la publicidad mentirosa. 2 pts

5- ¿Se puede vender sin publicidad? Justifique su parecer. 2 pts

**II-COMPETENCIA LINGUISTICA: 8 puntos**

**VOCABULARIO Y GRAMÁTICA: 8 puntos**

1-Dé la forma contraria de las palabras subrayadas: 2 pts.

a- También me lo ha contado Pedro.

b-Te miraba desde abajo.

c- Mañana levántate pronto.

d- Juan es mi mejor amigo.

2- Rellene los blancos con una de las palabras de las que vienen a continuación: como, donde, cuando, quienes. 2 pts.

a-Ayer es.....me contó la historia.

b-Mis hermanas son.....me hicieron la tortilla.

c-Te aprendo.....analizar frases.

d-En mi barrio es.....se encuentra la Presidencia

3- Conjugué correctamente los verbos entre paréntesis según convenga: 2 pts.

1-Te suplico que (venir).....a casa mañana.

2-Se comporta como si (tratarse).....de su padre.

**4- Pase del voceo al tuteo:** 2 ptos

1-¡Tomen ustedes paraguas por favor!

2-¡Ponte los guantes!

**III-PRODUCCIÓN DE TEXTOS:** 22 puntos

**1-TRADUCCIÓN:** 8 puntos

**Versión:** Pase al francés el último párrafo del texto a partir de: "Por otro lado,..." hasta "...los avisos publicitarios." 4 ptos

**Tema:** Traduzca al español el texto siguiente: 4 ptos

On appelle annonceur, tout organisme qui fait de la publicité ou toute entreprise qui cherche à promouvoir son produit. L'annonceur est celui qui dirige la campagne. La responsabilité du résultat final lui incombe en très grande partie.

2/3

**2-REDACCIÓN:** 14 puntos

El candidato tratará **obligatoriamente** los dos ejercicios siguientes:

**A-Redacción libre:** 7 ptos

A su parecer, ¿tiene verdaderamente la publicidad un valor didáctico? Justifique su postura en unas veinte líneas.

**B-Redacción semi guiada:** 7 ptos

Basándose en los elementos siguientes, trate de escribir un texto sobre el tema: "La mujer en la televisión."

a) Los tipos mujeres que promueve más la televisión y los que lo hace menos (trabajadoras, profesionales, artistas, políticas, de negocios, agricultoras, damas de casas, esposas,...)

b) Presentar las razones de esta selección discriminatoria entre las diferentes categorías femeninas (valorar, alentar, superar, educar, criticar, desdeñar, igualar, rebelar, etc.)

c) Argumentar en favor de los oficios femeniles menos promovidos mostrando su importancia en la sociedad (educar, producir, sostener, ocuparse de, etc.)