



**MARKING NOTES
REMARQUES POUR LA NOTATION
NOTAS PARA LA CORRECCIÓN**

November / novembre / noviembre 2013

**SPANISH / ESPAGNOL / ESPAÑOL A:
LANGUAGE AND LITERATURE /
LANGUE ET LITTÉRATURE /
LENGUA Y LITERATURA**

**Higher Level
Niveau Supérieur
Nivel Superior**

Paper / Épreuve / Prueba 1

*Estas notas para la corrección son **confidenciales** y para el uso exclusivo de los examinadores en esta convocatoria de exámenes.*

*Son propiedad del Bachillerato Internacional y **no** se pueden reproducir ni distribuir a ninguna otra persona sin la autorización previa del centro de evaluación del IB.*

El propósito de estas notas para los examinadores es servir de orientación para la corrección. No se ofrecen como un conjunto exhaustivo e inamovible de respuestas o enfoques al que se deban adherir todas las respuestas. Las buenas ideas o puntos de vista que no figuren en el mismo deben ser admitidos y recompensados según corresponda. Del mismo modo, en el caso de respuestas que no incluyan todas las ideas o enfoques sugeridos, esto no se debe considerar una falta hasta el punto de distorsionar la valoración de la individualidad.

SECCIÓN A

Esta pregunta pide a los candidatos que comparen dos textos: el primer texto es un discurso de Clara Campoamor en las Cortes españolas en 1931 y el segundo es un anuncio gráfico de la marca Volkswagen para su gama de coches de empresa aparecido en la revista *Capital* (noviembre 2012).

Un análisis de satisfactorio a bueno logra:

- examinar a qué género pertenecen cada uno de los textos, así como mencionar algunas de las características principales de cada uno (texto 1 como discurso político; texto 2 como publicidad gráfica con apoyo visual y textual)
- comentar el lenguaje, estilo y estructura de los dos textos, así como recursos estilísticos utilizados en cada uno de ellos, haciendo alusión también a la importancia del uso de las imágenes en el texto 2 (por ejemplo, el uso de las imágenes y su relación con los estereotipos que se pueden desprender de ellas – un anuncio en el que solo se usan imágenes relacionadas con el hombre: Superman, rana que se convierte en príncipe, león, as, astronauta); también el desplazamiento de la conocida frase “una imagen vale más que mil palabras” con la que aparece en el anuncio “Un Volkswagen vale más que mil palabras”
- contrastar los textos a través del género y el uso del lenguaje, tono, registro y recursos
- comparar el tema de cada uno de los textos (algunos temas pueden ser: (en el texto 1) la lucha por el sufragio femenino, la importancia de la mujer en la vida social y política, las injusticias contra ellas, las mujeres como abanderadas en la alfabetización; (en el texto 2) la imagen de Volkswagen como la mejor para coches de empresa, la importancia de la apariencia y la solidez de los coches Volkswagen y cómo pueden cambiar la visión que sobre los trabajadores pueden tener las personas que les rodean (“Porque no basta con ser bueno. También hay que parecerlo”)
- determinar a qué tipo de lectores pueden estar dirigidos ambos textos y cómo se puede determinar el tipo de público a través del uso del lenguaje, el tono y el registro (el primero al tratarse de un discurso de una mujer ante un grupo en su mayoría compuesto por hombres, convencer y demostrar la importancia de conceder el voto a las mujeres; el segundo, tiene una intención comercial, dirigido a hombres exclusivamente, *etc*)
- hacer mención e ilustrar los rasgos de estilo y sus usos en ambos textos
- distinguir la intención de los autores a la hora de escribir el texto
- comentar los posibles contextos de los textos (por ejemplo, cultural, temporal, relación con los receptores)
- utilizar ejemplos de los textos para respaldar los comentarios.

Un análisis de bueno a muy bueno logra:

- comentar sobre algunos de los temas secundarios de cada uno de los textos: en el texto 1 se pueden tratar los temas de la desigualdad de géneros, la situación de la mujer en esa época, la importancia de otros contextos europeos, Francia en concreto, más avanzados; en el texto 2 se pueden tratar los temas de la influencia de los medios en la perpetuación de los estereotipos, la relación entre el tipo de coche y cómo es su dueño, empresa para la que trabaja, la importancia de la imagen exterior, *etc.* Los candidatos pueden incluir también otros temas
- examinar de una forma más detallada la visión que cada texto muestra sobre el tema presentado recurriendo a los recursos estilísticos de cada texto para ejemplificarlo
- contrastar los dos registros de los textos y explicar su efectividad a la hora de comunicar las imágenes que se extraen de los mismos
- ampliar algunos de los aspectos de un comentario adecuado recurriendo a ejemplos más concretos de los dos textos
- demostrar excelente conciencia del uso de los rasgos de estilo y muy buena comprensión de los efectos en el lector
- demostrar ampliamente sus posibles contextos (cultural, temporal, la relación con los receptores, *etc.*).

SECCIÓN B

Esta pregunta pide a los candidatos que comparen el artículo que recoge una noticia sobre la creación de un grupo llamado “Acentos perdidos” y sus acciones para restablecer las faltas de acentuación que se ven en la vía pública aparecido en el periódico mexicano *El Universal* (2009) y la poesía humorística del escritor español Pablo Parellada titulada *El Idioma Castellano* (1921).

Un análisis de satisfactorio a bueno logra:

- comparar cómo los dos textos describen el tema de la lengua desde distintos ángulos: las diferencias, por ejemplo, en el tono humorístico y el lenguaje factual e informativo del artículo
- contrastar el punto de vista del poema con el artículo (desde un punto de vista literario el primero y factual y técnico el segundo)
- diferenciar entre el escenario y los personajes (cómo se representan las palabras) que aparecen en el poema y los hechos que se presentan en el artículo
- analizar algunos rasgos de los posibles contextos de los textos (por ejemplo, cultural, temporal, relación con los receptores)
- comentar algunas de las diferencias lingüísticas, de tono y registro y también estilísticas que hay entre los dos textos (el uso de vocabulario relacionado con las cruzadas en el texto 2, el tono humorístico y reflexivo del poema)
- hacer mención e ilustrar los rasgos de estilo y sus usos en ambos textos
- mencionar el tipo de público al que va dirigido y la intención del autor en ambos textos
- utilizar referencias a los textos bien seleccionadas.

Un análisis de bueno a muy bueno logra:

- comentar más ampliamente algunos de los temas secundarios que aparecen en ambos textos
 - examinar de una forma más detallada la visión que cada texto presenta sobre el tema de la lengua recurriendo a los recursos estilísticos de cada texto para ejemplificarlo
 - contrastar los registros de los dos textos y explicar su efectividad a la hora de comunicar las imágenes que se extraen de los mismos
 - demostrar ampliamente sus posibles contextos (cultural, temporal, la relación con los receptores, *etc*)
 - demostrar excelente conciencia del uso de los rasgos de estilo y muy buena comprensión de los efectos en el lector
 - comentar de manera consistente los parecidos y diferencias estilísticas y lingüísticas de ambos textos
 - ampliar algunos de los aspectos de un comentario adecuado recurriendo a ejemplos más concretos de los dos textos
 - utilizar referencias a los textos siempre bien seleccionadas
 - demostrar ampliamente sus posibles contextos (cultural, temporal, la relación con los receptores, *etc*).
-