



SPANISH A2 – STANDARD LEVEL – PAPER 1
ESPAGNOL A2 – NIVEAU MOYEN – ÉPREUVE 1
ESPAÑOL A2 – NIVEL MEDIO – PRUEBA 1

Monday 21 May 2007 (morning)
Lundi 21 mai 2007 (matin)
Lunes 21 de mayo de (mañana)

1 hour 30 minutes / 1 heure 30 minutes / 1 hora 30 minutos

INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

- Do not open this examination paper until instructed to do so.
- Section A consists of two passages for comparative commentary.
- Section B consists of two passages for comparative commentary.
- Choose either Section A or Section B. Write one comparative commentary.
- It is not compulsory for you to respond directly to the guiding questions provided. However, you may use them if you wish.

INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS

- N'ouvrez pas cette épreuve avant d'y être autorisé(e).
- La section A comporte deux passages à commenter.
- La section B comporte deux passages à commenter.
- Choisissez soit la section A, soit la section B. Écrivez un commentaire comparatif.
- Vous n'êtes pas obligé(e) de répondre directement aux questions d'orientation fournies. Vous pouvez toutefois les utiliser si vous le souhaitez.

INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS

- No abra esta prueba hasta que se lo autoricen.
- En la Sección A hay dos fragmentos para comentar.
- En la Sección B hay dos fragmentos para comentar.
- Elija la Sección A o la Sección B. Escriba un comentario comparativo.
- No es obligatorio responder directamente a las preguntas de orientación que se incluyen, pero puede utilizarlas si lo desea.

Elija la Sección A o la Sección B

SECCIÓN A

Analice y compare los dos textos siguientes.

Comente las semejanzas y diferencias entre los dos textos y su(s) tema(s). Señale cómo utilizan los autores elementos tales como la estructura, el tono, las imágenes y otros recursos estilísticos para lograr sus propósitos comunicativos. No es obligatorio responder directamente a las preguntas de orientación que se incluyan, pero pueden utilizarse como puntos de partida para el comentario comparativo.

Texto 1 (a)

Se encuentra en la posición de V invertida en su clase de yoga y oye timbrar un teléfono móvil. O quizás está en el cine con todo el público callado a la expectativa del momento sublime, o al punto de compartir con su pareja unas suculentas almejas al vino en un restaurante romántico, cuando suena el bendito timbrazo. Alguien obviamente está rompiendo

5 las reglas. ¿Pero cuáles son las reglas para esta molestia tecnológica?

El usuario del teléfono móvil que no tiene consideración con los demás se ha vuelto casi tan común como el aparato mismo. La gravedad del problema es tal que la ciudad de San Diego y un fabricante de teléfonos móviles recientemente se unieron para declarar

10 a través de la identificación de “Zonas sin teléfonos celulares” donde se prohíbe el uso de teléfonos móviles. Pero fuera de programas como éste, no parece reinar el silencio celular.

Explosión de teléfonos móviles

Antes eran un lujo costoso sólo para ejecutivos de empresa, pero hoy en día los teléfonos móviles están en manos de usuarios comunes. Son tantas las personas que llevan un celular, que al

15 escuchar un débil timbrar de teléfono en un autobús público, todos los pasajeros bajan la vista a sus bolsillos y carteras para ver si es el suyo. La reducción de los precios y el aumento de la calidad y conveniencia de los servicios han ayudado a entretejer los teléfonos móviles en el telar de nuestras vidas cotidianas. ¿Pero a costa de nuestra ya sacrificada civilidad?

La ventaja de los teléfonos móviles es que se pueden llevar a cualquier parte, pero eso también

20 es un problema. Usted no tiene que entrar a una cabina, ni tampoco tiene que estar en su propia cocina o escritorio para hacer o recibir una llamada. Puede hacerlo mientras está de compras, o está comiendo o caminando por la calle. Las leyes no escritas de civilidad son diferentes en estos lugares públicos que en la casa o la oficina, y estas leyes no explican qué hacer cuando suena su teléfono en público.

25 **Respete el espacio público de los demás**

En forma sencilla: “Hay que respetar el espacio público de los demás”. Esto significa estar consciente de dónde se encuentra, y ser discreto y considerado cuando usa su teléfono móvil. A continuación ofrecemos unas reglas generales para el uso cortés del teléfono móvil:

- 30 ● Intente encontrar un lugar alejado o una “zona designada para teléfonos móviles” si necesita utilizar su teléfono en público. Si se encuentra en una sala pequeña, salga al vestíbulo, al pasillo o a la calle.
- Si no puede alejarse de la gente, pregunte a los que se encuentran a su alrededor si les molesta que hable por teléfono.
- 35 ● Recuerde que con un buen teléfono moderno, generalmente no necesita gritar. Utilice un tono de voz bajo y claro cuando hable por teléfono en público.
- Ponga el timbre en “vibrar”, si tiene esa función, cuando se encuentra en un restaurante, teatro o en cualquier lugar donde la campanita del teléfono podría molestar a los vecinos.
- 40 ● Si espera recibir una llamada mientras se encuentra con otras personas, avíseles y pida disculpas cuando se aleje de ellas para contestar la llamada.
- Si usa su teléfono móvil mientras conduce un automóvil, utilice auriculares o un sistema con altoparlantes para no tener que apartar sus manos del volante ni sus ojos del camino.

Plantronics, Inc., “Cortesía celular”, América Latina (2001)
http://www.plantronics.com/latin_america/las/magazine/archive/legal_safety/20011009.jhtml

Texto 1 (b)

Poemas de amor

5

Atolondrado y confuso,
demasiado lleno de ruidos,
sin centro ni reposo,
desconectado del otro lado de la piel,
5 aturcido por el interminable crujir de este corazón
–tierra cuarteada, ceniza gris en el pecho–,
así pasan estas noches de calor y duermevela,
estas noches en que no estoy contigo.

6

Tu voz por el teléfono tan cerca y nosotros tan distantes,
10 tu voz, amor, al otro lado de la línea y yo aquí solo, sin ti, al
otro lado de la luna,
tu voz por el teléfono tan cerca, apaciguándome, y tan lejos tú
de mí, tan lejos,
tu voz que repasa las tareas conjuntas,
15 o que menciona un número mágico,
que por encima de la alharaca del mundo me habla para decir
en lenguaje cifrado que me amas.
Tu voz aquí, a lo lejos, que le da sentido a todo,
tu voz que es la música de mi alma,
20 tu voz, sonido del agua, conjuro, encantamiento.

Darío Jaramillo Agudelo, “Poemas de amor 5 y 6”, en Libros de Poemas.
Obra reunida, Fondo de Cultura Económica, Colombia (2003)

- Examine el significado cultural del teléfono móvil.
- ¿Qué importancia juega el medio comunicativo en estos textos?
- Examine el uso de las imágenes y el tono en estos pasajes.

Blank page
Page vierge
Página en blanco

SECCIÓN B

Analice y compare los dos textos siguientes.

Comente las semejanzas y diferencias entre los dos textos y su(s) tema(s). Señale cómo utilizan los autores elementos tales como la estructura, el tono, las imágenes y otros recursos estilísticos para lograr sus propósitos comunicativos. No es obligatorio responder directamente a las preguntas de orientación que se incluyen, pero pueden utilizarse como puntos de partida para el comentario comparativo.

Texto 2 (a)

El placer del consumo

Las visitas a los *shopping centers* no tienen, muchas veces, como objetivo el consumo puro y simple de bienes concretos. Estar en él hace parte del consumo simbólico, muestra el status de la persona. Pero si bien es innegable que el consumo tiene un aspecto simbólico y de ostentación de status, hay otra dimensión, fundamental para el ser humano, la hedonística, la búsqueda del placer. El consumo permite placer, mejorar las condiciones materiales de vida da gratificación psicológica.

El consumo no se refiere apenas a la adquisición de bienes; se refiere a la ilusión del consumo. El hecho de tener un objeto en potencial en una vidriera ya hace la diferencia. Hay un placer estético en mirar vidrieras como lo hay en mirar un cuadro.

Estudios sobre migración para las ciudades reflejan este fenómeno. Las personas, en general, no pretenden exigir agua, luz y saneamiento en el campo. Aspiran a salir del tedio de lo rural e ir para la ciudad que los ofusca con su oferta renovada de bienes y servicios. Aunque la persona no pueda comprar los bienes, la sola ilusión de que puede llegar a hacerlo, el simple consumo estético de las luces o de un televisor en una vidriera, de las últimas novedades de la ropa o los discos, proporcionan placer y hacen con que la persona se sienta partícipe de este mundo.

La migración

Desde que la especie humana existe, hay indicios de migración. Su propia difusión como especie, se dio porque el hombre salió de su lugar de origen para buscar alimento o abrigo allende sus tierras.

Las grandes catástrofes naturales o sociales han hecho que grandes contingentes emigren. Sequías, pérdida de cosechas, guerras, persecuciones raciales o ideológicas han estado entre los motivos más conocidos de las grandes migraciones de estos últimos dos siglos.

En este momento estamos viviendo un proceso de globalización que, por algunas razones favorece las migraciones, al tiempo que amplía el abanico de sus motivaciones y, por ende, los grupos sociales que la practican.

Vemos así que muchas personas aún teniendo satisfechas sus condiciones elementales de vida apelan a la emigración para conseguir su lugar en el mercado de consumo.

La globalización de la economía hace con que las personas se desplacen al sabor de las oportunidades ofrecidas por el capital internacional, y, el avance tecnológico en el área de las comunicaciones hace posible desplazamientos a grandes distancias, manteniendo un contacto impensable hasta hace dos décadas.

Texto 2 (b)

Consumo y consumismo

1. Desde el momento que el hombre necesita bienes para su subsistencia, salud, educación, vivienda, descanso, etc., hay que concluir que resulta imprescindible la producción y el consumo de los bienes que responden a las necesidades fundamentales de la persona humana. Sería ideal, por consiguiente, que todos los poseyeran según sus necesidades y conforme a la capacidad de cada uno, en orden a su desarrollo integral, de cuerpo y alma.
2. El consumismo es otra cosa. Con la denominada sociedad industrial aparece la multiplicación y acumulación de bienes, con frecuencia innecesarios y superfluos, cuando no ordenados con frecuencia a la ostentación y obtención de determinado “status”. Entonces la persona resulta esclava de las cosas, dominada por ellas. Nada le resulta suficiente, aparece insaciable y enredada en una conjunción, a veces hasta ridícula, de vanidad y codicia, con un asfixiante trasfondo materialista. En definitiva, el paroxismo del tener cosas ahoga al ser de la persona. Los “shopping centers” y los “free-shops” de los grandes aeropuertos podrían ser como los símbolos del consumismo contemporáneo. A veces hasta aparece un aspecto ridículo como es el ofrecido sobre todo por los denominados “nuevos ricos” a quienes el lenguaje popular graficó llamándolos “piojos resucitados”.
3. A este consumismo empuja la propaganda que de mil maneras atrapa a la persona y a la familia, cautivas e indefensas frente a las presentaciones y “slogans” de aquélla. Así como desde hace un tiempo se imparten lecciones de “defensa personal”, habría que propiciar la enseñanza del arte de “defenderse de la propaganda”.

Conceptos finales

4. Para concretar algo más estas consideraciones me permito dirigir algunas palabras a determinados grupos de creyentes sinceros.
- a) A los que tienen abundantes medios materiales les digo que vivan sin ostentación y con austeridad y sobriedad; que contribuyan a disminuir las urgencias de los más necesitados; que no guarden con avaricia sus bienes y ganancias sino que inviertan para el desarrollo y crecimiento de la economía nacional y la multiplicación de puestos de trabajo. Ello revertirá en bien de la sociedad.
- b) A quienes tienen lo necesario, me atrevo a pedirles que “hagan, de la necesidad, virtud”, es decir que vivan serenamente la austeridad, sin angustias ni ambiciones desmedidas y colaborando solidariamente con los que menos tienen.
- c) A los que nada tienen no es fácil en este orden de cosas decirles una palabra oportuna y útil. Sin embargo me atrevo a expresarles mi deseo de que no caigan en la amargura, el resentimiento o la desesperación, ni se nieguen a ningún esfuerzo solidario para mejorar esperanzadamente su situación.

Cardenal Antonio Quarraccino, Arzobispo de Buenos Aires y Primado de la Argentina,
Extracto de “Consumismo y austeridad de vida” (22 de septiembre de 2006)

- ¿Qué semejanzas y diferencias se observan en la presentación del consumismo en estos textos?
- ¿Hasta qué punto nos afecta el género (artículo de Internet en oposición a un mensaje eclesial) al transmitir el mensaje?
- Compare el lenguaje, el tono y las imágenes empleados en los textos.