

**ESPAÑHOL**

**Texto I**

**IGUALES PERO DIFERENTES**

La exposición "La ciudad de la diferencia" es una muestra visual e interactiva contra el racismo, la xenofobia y el antisemitismo

(Carmen Otto)

Organizada por la Fundación Baruch Spinoza, y con motivo de la celebración del Año Europeo contra el Racismo, La ciudad de la diferencia se propone desautorizar los argumentos que justifican la marginación, la discriminación, la estigmatización o la persecución que sufren los seres humanos por causa de su identidad, explicando los factores que hacen tan inevitable como positiva la pluralidad cultural. Se trata, en definitiva, de demostrar que las formas heterogéneas de pensar, hacer y decir no son sólo un patrimonio urbano a conservar, sino la condición indispensable para la existencia de las ciudades.

Para José Aguirre, director de este proyecto, lo que quieren hacer es una "defensa de la diversidad, que es necesaria desde el punto de vista del progreso, de la evolución". Mediante fotografías, audiovisuales y ordenadores interactivos se intenta demostrar que la ciudad no sobrevive sin el mestizaje cultural, a la vez que se invita a la reflexión sobre la tolerancia.

Son tres los ejes que articulan esta exposición: en primer lugar, sin diferenciación no hay información; en segundo, todos, y no unos más que otros, formamos parte de esa diferencia. Y por último, tan importantes son las diferencias visibles (el color de la piel) como las invisibles (las ideas).

Con esta iniciativa se quiere hacer llegar, sobre todo a los más jóvenes, los argumentos que sustentan la causa de la paz entre quienes, siendo diferentes, están destinados a vivir en una misma sociedad.

(Texto adaptado de CAMBIO 16, 31 de marzo de 1977.)

**41** El proyecto "La ciudad de la diferencia" pretende:

- (A) rechazar la interculturalidad urbana.
- (B) nivelar todas las sociedades existentes.
- (C) homogeneizar las manifestaciones culturales.
- (D) negar las diferencias entre los individuos.
- (E) defender la diversidad étnica y cultural.

**42** Entre la marginación, la discriminación, la estigmatización o la persecución y su identidad (primer párrafo), se establece respectivamente una relación de:

- (A) causa – consecuencia.
- (B) consecuencia – causa.
- (C) causa – condición.
- (D) inferioridad – superioridad.
- (E) superioridad – inferioridad.

**43** Por lo que se advierte en el texto, "La ciudad de la diferencia" se realiza a través de:

- (A) seminarios, charlas y fotos.
- (B) espectáculos, publicidad e informatización.
- (C) carteles, ordenadores y periódicos.
- (D) fotos, computadoras y medios audiovisuales.
- (E) computadoras, fotos y telediario.

**44** Señala lo que **NO** corresponde a los planteamientos de la exposición:

- (A) La defensa de la pluralidad de los grupos humanos.
- (B) La necesidad del mestizaje cultural con vistas a la evolución.
- (C) La compatibilidad de la homogeneidad social con la heterogeneidad cultural.
- (D) La ventaja de la existencia de estados homogéneos.
- (E) La existencia de la diversidad como necesaria al progreso.

**45** El significado del título "Iguales pero diferentes" **NO** cambia si sustituimos el conector pero por:

- |                   |              |
|-------------------|--------------|
| (A) ya que.       | (D) cuando.  |
| (B) mientras que. | (E) todavía. |
| (C) no obstante.  |              |

**Texto II**

**PLAN ESPECIAL DE ASISTENCIA SEMANA SANTA '97**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

**MANTENGA SU DISTANCIA.**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

**NO CORRA.**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

**SI CONDUCE, NO BEBA.**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio par que usted no lo ocupe como noticia.

**SI BEBE, NO CONDUZCA.**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

**CON NIEBLA, NO SE DETENGA.**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

**ADELANTE CON PRECAUCION;**

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

### ATENCION A SUS LUCES.

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

### NO CORRA.

.La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia.

### Recuerde

Si necesita ayuda conserve la calma  
Facilite toda información que le sea solicitada.  
No sea el primero en cortar la comunicación.

TELEFONO PERMANENTE DE EMERGENCIAS

522 22 22

(Cruz Roja Española  
Comunidad de Madrid  
ABC DOMINGO 30/03/97)

46 El mensaje del texto se dirige a los:

- (A) conductores. (D) taxistas.  
(B) religiosos. (E) transeúntes.  
(C) accidentados.

47 El objetivo de esta publicidad es:

- (A) vender productos quirúrgicos.  
(B) vender plan de viaje para Semana Santa.  
(C) recomendar prudencia en las carreteras.  
(D) mediar el uso de cinturón de seguridad.  
(E) ofrecer servicio de remolque.

48 El anunciante es una:

- (A) oficina de turismo.  
(B) entidad filantrópica.  
(C) empresa de seguridad.  
(D) red hospitalaria privada.  
(E) institución oficial de salud pública.

49 En la frase que se repite a lo largo del texto, la "noticia" que se quiere evitar es de:

- (A) embotellamiento en carretera.  
(B) falta de asistencia a vehículos.  
(C) accidente de tráfico en carretera.  
(D) falta de asistencia humanitaria en Semana Santa.  
(E) consumo exagerado de alcohol.

50 En: "La Cruz Roja está utilizando este espacio para que usted no lo ocupe como noticia" ... "Mantenga su distancia" ... "Facilite toda la información que le sea solicitada" ... los pronombres subrayados se refieren respectivamente a:

- (A) espacio — distancia — información.  
(B) noticia — usted — usted.  
(C) usted — distancia — información.  
(D) Cruz Roja — distancia — usted.  
(E) espacio — usted — usted.

### Texto III

### ESTE AÑO HABRÁ MÁS VÍCTIMAS DE TRÁFICO

El tráfico de especies es una actividad criminal y mafiosa y constituye el mayor negocio ilegal después del comercio de armas y drogas.

En WWF/Adena llevamos más de 10 años trabajando contra este tráfico.

A pesar de ello, cada hora desaparecen 3 especies y más de 5.000 están al borde de la extinción debido a la caza furtiva, una de sus principales causas. Cada año se venden más de 50.000 primates vivos, 4 millones de aves exóticas, 15 millones de pieles de felinos y 350 millones de peces tropicales.

Si quieres evitar que este año haya más víctimas de Tráfico:

Hazte socio de WWF/Adena. Sólo con tu ayuda podremos combatirlo.

51 De acordo com o texto, o maior negócio ilegal é:

- (A) o comércio de armas e drogas.  
(B) o comércio de aves exóticas.  
(C) o comércio de peixes tropicais.  
(D) o tráfico de espécies.  
(E) o comércio de primatas vivos.

52 La palabra "ello" (§ 3) se puede sustituir, sin alterar el significado, por:

- (A) él. (D) aquello.  
(B) el. (E) ese.  
(C) eso.

53 A tradução mais apropriada da frase: "En WWF/Adena llevamos más de diez años trabajando contra este tráfico" ao Português é:

- (A) Em WWF/ Adena, há mais de dez anos, estamos trabalhando contra este tráfico.  
(B) Em WWF/ Adena, levamos este tráfico por mais de dez anos.  
(C) Em WWF/ Adena, estamos trabalhando há dez anos contra este tráfico.  
(D) Em WWF/ Adena, conduzimos este tráfico há mais de dez anos.  
(E) WWF/ Adena tentou combater este tráfico por mais de dez anos.

54 El singular de "las aves exóticas" es:

- (A) la ave exótica. (D) lo ave exótico.  
(B) el ave exótico. (E) la ave exótico.  
(C) el ave exótica.

55 El anuncio se dirige al lector utilizando la forma de tratamiento:

- (A) usted. (D) vosotras.  
(B) ustedes. (E) tú.  
(C) vosotros.

56 WWF/Adena, \_\_\_\_\_ labor es conocida internacionalmente, trabaja combatiendo \_\_\_\_\_ tráfico \_\_\_\_\_ especies.

- (A) cuyo — lo — de (D) cuya — el — de  
(B) cuya — lo — de las (E) que — el — de las  
(C) la cual — el — das

#### Texto IV

#### REDECORAR

La vida ya no es lo que era. Toda la vida hemos escuchado esta melancólica protesta que atribuía al presente peores condiciones que al pasado o que necesitaba hacer constar, pesarosamente, 05 cuánto habían cambiado las amables cosas de ayer. Ahora, sin embargo, lo temible es sentirnos inmutados, acechados por la amenaza de la mismidad. Por todas partes se atiende a gentes que están tratando de modificar su vida, rediseñar 10 sus metas, transformar sus deseos, actualizar sus vicios, revisar su carácter, sus horarios y su decoración interior.

Ikea lanzó recientemente un eslogan que decía: "Ten un hijo, redecora tu vida". O también: "Cásate 15 de nuevo, redecora tu vida". No se puede tener sin cesar la misma casa, pero tampoco al mismo habitante dentro. Redécórate, dice Ikea: un hijo, una separación, un cambio de trabajo, una terapia, un implante de pelo, cualquier giro es urgente para 20 no sufrir la sensación de estar condenado a estrellarse en el infierno de la repetición.

La vida, como los demás objetos, grandes y pequeños, caros y baratos, ha dejado de ser un bien 25 para siempre. Se trata de un objeto más y no debe aceptarse, dentro del sistema, una vida para toda la vida. Cada dos por tres se cambia de moda, de vecinos, de vocación, y el lote se toma como una redecoración salvadora. La vida en sí misma, la vida a secas, cansa más que nunca y es necesario aliñarla, 30 porque pocas veces como hoy se ha sentido más la pesantez de la identidad. La vida sigue pareciendo demasiado corta, pero progresivamente más larga para aguantarse en una sola edición de sí, afrontando la fatiga de ser una y otra vez el sujeto 35 conocido de los años o la temporada anterior.

Los profesionales de la publicidad, convertidos en los exactos psicoanalistas de nuestro tiempo, saben de este oscuro cansancio del yo. Frente a la olímpica idea de llegar a ser uno mismo, el ideal ahora es llegar a ser uno distinto y en surtida amenidad. ¿Casarse de nuevo? ¿Redecorar la casa? ¿Operarse los párpados? ¿Cambiar de tónica? ¿Adelgazar diez kilos? ¿Viajar a la Amazonia? ¿Adoptar un niño? ¿Aprender chino? Cualquier cosa antes que prorrogar la fastidiosa monogamia del yo.

(Vicente Verdú - El País, sábado 26 de mayo de 2001)

57 Al considerar la búsqueda de transformación actual como una acción de redecorar, que mezcla y

nivela seres humanos con objetos de adorno, el texto se revela:

- (A) idealizador. (D) arbitrario.  
(B) crítico. (E) omiso.  
(C) imparcial.

58 Los verbos de las opciones abajo, sacados del texto, expresan la idea de cambio. La excepción es:

- (A) aceptarse. (D) redecorar.  
(B) operarse. (E) rediseñar.  
(C) actualizarse.

59 La finalidad de la búsqueda de transformación está en:

- (A) "una redecoración salvadora".  
(B) "un cambio de trabajo".  
(C) "una vida para toda la vida".  
(D) "la pesatez de la identidad".  
(E) "el infierno de la repetición".

60 En el eslogan "Ten un hijo, redecora tu vida." (segundo párrafo), el empleo de los verbos en imperativo expresa el propósito de:

- (A) informar. (D) protestar.  
(B) negar. (E) convencer.  
(C) autorizar.