



GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

# PRUEBA ESPECÍFICA DE CERTIFICACIÓN DE NIVEL AVANZADO DE FRANCÉS JUNIO 2014

Comisión de Evaluación de la EOI de

## COMPRENSIÓN DE LECTURA

Puntuación total	/20
Calificación	

Apellidos: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

DNI/NIE: \_\_\_\_\_

### LEA LAS SIGUIENTES INSTRUCCIONES

A continuación va a realizar una prueba que contiene **dos ejercicios de comprensión de lectura**.

Los ejercicios tienen la siguiente estructura: se presentan unos textos y se especifican unas tareas que deberá realizar en relación a dichos textos. Las tareas o preguntas serán del siguiente tipo:

- **Preguntas o frases incompletas**, seguidas de una serie de respuestas posibles o de frases que las completan. En este caso deberá **elegir la respuesta correcta** rodeando con un círculo la letra de su opción en la **HOJA DE RESPUESTAS. Sólo una de las opciones es correcta.**

Ejemplo:

1.     A            B            C            D

Si se confunde, tache la respuesta equivocada y rodee la opción que crea verdadera.

1.     A            B             C            D

En total, deberá contestar **20 preguntas** para completar esta prueba. Antes de responder a las preguntas, lea atentamente las instrucciones de cada ejercicio.

Dispone de **50 minutos** para responder todas las preguntas de los ejercicios que componen la prueba.

Utilice únicamente **bolígrafo azul o negro** y asegúrese de que su **teléfono móvil** y **dispositivos electrónicos** estén **desconectados** durante toda la prueba.

Trabaje concentradamente, **no hable ni se levante** de la silla. Si tiene alguna duda, levante la mano y espere en silencio a que el/la profesor/a **se acerque a su mesa. Espere a que le indiquen que PUEDE EMPEZAR.**

## HOJA DE RESPUESTAS

### EJERCICIO 1: R.A.P.

- |     |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|
| 1.  | A | B | C | D |
| 2.  | A | B | C | D |
| 3.  | A | B | C | D |
| 4.  | A | B | C | D |
| 5.  | A | B | C | D |
| 6.  | A | B | C | D |
| 7.  | A | B | C | D |
| 8.  | A | B | C | D |
| 9.  | A | B | C | D |
| 10. | A | B | C | D |

### EJERCICIO 2: LETTRE DE MOTIVATION

- |     |   |   |   |
|-----|---|---|---|
| 1.  | A | B | C |
| 2.  | A | B | C |
| 3.  | A | B | C |
| 4.  | A | B | C |
| 5.  | A | B | C |
| 6.  | A | B | C |
| 7.  | A | B | C |
| 8.  | A | B | C |
| 9.  | A | B | C |
| 10. | A | B | C |

## EJERCICIO 1

### R.A.P.

Source: <http://antipub.org/>

**Lisez attentivement le document et choisissez les réponses correctes. Vous devez recopier obligatoirement vos réponses sur la feuille de réponses ("hoja de respuestas").**

La publicité est omniprésente. Elle a coûté 200 milliards de francs en 2012 (à comparer par exemple aux 380 milliards de l'éducation nationale); il y a en France un million de panneaux publicitaires et assimilés (dont probablement un tiers sont illégaux); 40 kilos de prospectus par an et par boîte à lettres... mais il n'y en aura jamais assez pour elle ! Son matraquage est incessant et ses intrusions toujours plus sournoises: coupures TV et radio, téléphone et télécopie, internet, tables de cafés creuses, autobus et métro emballés, sacs, vêtements, objets, etc... Nous subissons chacun quelques 3 000 publicités par jour. Toutes les disciplines et ressources créatives sont utilisées pour accroître la force de leur persuasion. La publicité fait progressivement son entrée dans les écoles (matériel pédagogique, griffé, partenariats, ventes de boissons). Avec le sponsorat, elle altère l'esprit du sport et s'immisce dangereusement dans la culture. A coups de millions, les lobbies font leur propagande peu importe les risques sur l'environnement et les répercussions sur la santé physique et mentale (nucléaire, automobile, alcool, cigarettes...).

La publicité propage des idéologies néfastes: sexisme, ethnocentrisme, culte de l'apparence, compétition, violence, en une escalade sans but et sans fin. Elle n'hésite pas à jouer sur nos pulsions animales, nos souffrances et nos frustrations pour nous vendre cette recette trompeuse qu'est le bonheur par la seule consommation. La publicité génère la violence ou la frustration chez ceux qui sont exclus de tous les biens dont elle dicte l'achat pour acquérir le bonheur. Son seul objectif est de pousser à la consommation au mépris des réalités humaines, écologiques, et sociales.

Quelqu'un qui souhaite vivre en société ne peut pas échapper à la publicité. La publicité n'est pas de la communication puisque l'envoi de message se fait à sens unique. Elle a le monopole de l'expression (réduite à un " faire-vendre "). Seuls ceux qui ont de l'argent peuvent l'utiliser. Dans ce système, une grosse entreprise peut se doter d'une image positive et vendeuse même si elle a des mauvais produits à vendre et un comportement irresponsable. Au contraire, un petit producteur aux procédés éthiques se retrouve noyé, faute de moyens... Elle construit un système de prétendue compétition où ce n'est pas le meilleur qui gagne mais le plus riche. La publicité lie les médias (puisqu'elle les finance) aux exigences des annonceurs-entreprises Elle les pousse et les réduit à ne rechercher que le " chiffre " et l'audimat au détriment de la qualité et de l'esprit critique. La publicité crée aussi un danger pour l'information: avec la menace de retirer les budgets dont les médias dépendent, les pouvoirs économiques deviennent intouchables.

La publicité crée de faux besoins et provoque des dépenses inutiles et le surendettement. En poussant vers une consommation superflue et futile, la publicité contribue à l'épuisement des ressources et à la création de déchets. Elle n'est pas nécessaire à l'économie (sur les 5 dernières années, elle a augmenté six fois plus vite que la croissance réelle), mais uniquement à la bataille des parts de marché dont elle est l'arme favorite. Au contraire, nous payons son coût inclus dans le montant de nos achats. Pire encore, ce que les entreprises dépensent en publicité est hélas compensé par des réductions de budget sur les autres postes (emplois supprimés ou délocalisés, conditions de sécurité négligées, salaires et conditions sociales indécentes). C'est sur cette réalité que repose la stratégie de bien des multinationales.

En raison de leur influence néfaste sur de nombreux problèmes de notre société, les abus de la publicité doivent être combattus de façon prioritaire. La publicité est la main droite de l'économie libérale outrancière, celle qui ne produit que pour mieux exclure, exploite sans vergogne les ressources des pays pauvres en prétendant les aider, renforce les inégalités et réserve la richesse à ceux qui en ont déjà trop. La publicité préfère les con-sommateurs suiveurs et égocentriques aux citoyens éveillés et responsables, qu'elle rabaisse toujours le rôle du citoyen et des institutions est significatif... La publicité doit revenir à un rôle purement informatif; elle doit être contenue, localisée et égalitaire d'accès. Le commerce ne doit pas avoir plus de moyens d'expression que la culture et

les arts (qui embelliront nos villes et nous divertiront sans arrière-pensée commerciale), que la philosophie, la poésie, l'humour et la littérature, que les associations, la politique locale et les initiatives sociales, que l'expression libre, individuelle et gratuite.

En plus des quelques moyens pour se protéger de la publicité et au-delà des résistances individuelles (boycott, interpellation des élus et des responsables, réponses et détournements), des résistances collectives s'organisent déjà ! Actions ludiques, créatives et non-violentes, actions juridiques, travaux avec des élus, réflexions et sensibilisation auprès des médias et du public... Toute participation est la bienvenue, quelle que soit sa forme (morale, active, financière). A chacun son rythme, à chacun son possible...

**1 Quels sont les deux premiers arguments contre la publicité?**

- A Elle est sournoise et parfois illégale
- B Elle contamine la culture et l'éducation
- C Elle n'épargne personne et dilapide énormément
- D Elle est parfaitement inutile et mauvaise pour la santé

**2 Dans la dernière phrase du 1<sup>er</sup> paragraphe "A coups de millions, les lobbies font leur propagande...", on peut remplacer l'expression "peu importe" par ...**

- A quelque soient les risques
- B quelques soient les risques
- C quels que soient les risques
- D quelles que soient les risques

**3 La publicité nous transmet un fausse idée sur ...**

- A le mépris
- B le bonheur
- C l'apparence
- D la consommation

**4 La publicité favorise ...**

- A les annonceurs face aux médias
- B les entreprises à la place des états
- C les grands consommateurs plutôt que les petits
- D les grandes entreprises au détriment des petites

**5 Indirectement la publicité est la cause ...**

- A de la crise économique
- B du ralentissement de la croissance
- C du surendettement des entreprises
- D de la détérioration de l'environnement

- 6 La publicité fait le jeu de qui?**
- A De l'état
  - B Des lobbies
  - C De la société
  - D Des économies libérales
- 7 Quels mots pourraient remplacer « outrancière » et « vergogne » dans la phrase "la publicité est la main droite de l'économie ..... les ressources des pays pauvres" (5<sup>ème</sup> paragraphe)?**
- A ... effrénée ... honte
  - B ... hautaine ... scrupule
  - C ... impudente ... trouble
  - D ... démesurée ... crainte
- 8 Quel est le principal objectif de la R.A.P.?**
- A Préserver l'espace publicitaire
  - B Museler les plaintes et les critiques
  - C Organiser les résistances collectives
  - D Encourager les réactions individuelles
- 9 Quels adjectifs correspondent le mieux à la description de la publicité faite dans le texte?**
- A Rétrograde, nuisible et inutile
  - B Honteuse, contraignante et totalitaire
  - C Coûteuse, oppressante et dangereuse
  - D Violente, antidémocratique et sournoise
- 10 Ce document est ...**
- A un tract
  - B une réclame
  - C un prospectus
  - D un article de presse

---

## EJERCICIO 2

### LETTRE DE MOTIVATION

Source: <http://hamoudafahmi.wordpress.com/>

Lisez attentivement le texte ci-dessous. Complétez les **BLANCS** par un mot de la liste suivante. Vous devez recopier obligatoirement vos réponses sur le feuille de réponses.

1.	A. BREVET	B. RÉCÉPISSÉ	C. TITRE
2.	A. FOURNIR	B. POURVOIR	C. RECOUVRER
3.	A. ACQUI	B. ACQUIS	C. ACQUIT
4.	A. QUELLE QUE	B. QUELQUE	C. QUELQUES
5.	A. PROCÉDÉS	B. PROCÈS	C. PROCESSUS
6.	A. BRIGUÉ	B. CONVOITÉ	C. ENTREVU
7.	A. EN ÉTANT	B. ÉTANT	C. TOUT EN ÉTANT
8.	A. ATOUTS	B. FRASQUES	C. MAGOTS
9.	A. IMMISCIER	B. INVERTIR	C. INVESTIR
10.	A. D'AGRÉER	B. DE CROIRE	C. DE RECEVOIR

Monsieur Didier Chavet  
 230, rue des Pyrénées  
 75010 Paris  
 Tél: 01.50.56.76.35

Animatorex S.A  
 Responsable des Ressources Humaines  
 45. Boulevard Raspail  
 75014 Paris

Objet : candidature pour le poste de Graphiste 3D, Animation 3D

Monsieur,

Titulaire du 1 de Technicien Supérieur en Génie Productique et Mécanique, je suis, depuis plus de dix ans, concepteur dans le domaine de l'automobile. C'est un secteur très intéressant où j'ai d'ailleurs connu une belle évolution de carrière; mais j'aimerais à présent me diversifier dans le monde du graphisme et de l'animation 3D qui représente pour moi une vraie passion. C'est la raison pour laquelle je sollicite le poste que vous avez à 2 comme j'ai pu lire dans votre annonce parue dans la presse spécialisée la semaine dernière.

Durant toutes ces années de formation, j'ai 3 de solides connaissances et une grande maîtrise dans la conception et la réalisation de toutes sortes de pièces automobiles Cao/Dao (plastique et tôlerie) sur le logiciel CATIA V4 et V5. Cela m'a donné le sens du détail, ce qui me permet aujourd'hui d'être capable de comprendre le fonctionnement d'une pièce 4 infime et complexe soit-elle.

D'autre part, j'ai été chargé du développement et chargé d'affaires en tant que pilote, ce qui implique à la fois la conception, l'étude et le suivi de l'objet. Véritable garant du projet, j'ai mené mes missions avec succès dans tous les 5 de la création. Voilà pourquoi je me sens capable de relever tous les défis en me diversifiant dans l'animation et particulièrement dans la conception en 3D.

Avec mon unique expérience, je me suis lancé dans une formation d'un an en "Animation 3D/Création jeux vidéo" où j'ai appris les bases mêmes du dessin et où j'ai très rapidement 6 la richesse qu'offrent les métiers de concepteur 3D, d'infographiste et de designer. 7 motivé pour continuer dans cette voie et me perfectionner davantage, j'ai pris un réel plaisir à voir se dessiner au fur et à mesure le fruit de mon imagination en trois dimensions. En effet, autour d'une équipe composée de quatre personnes, nous avons créé un film d'animation à partir d'un scénario imposé (Sun City). J'ai modélisé (3D Max), texturé (Photoshop) et fait l'éclairage d'un décor complet.

Créativité, curiosité, rigueur et autonomie sont pour moi les qualités nécessaires au bon déroulement des missions et au succès des projets. Ces qualités associées à une grande motivation sont les 8 que je me propose de mettre au service de votre entreprise. Il va sans dire que je suis prêt à m' 9 et à me former à de nouvelles compétences théoriques et pratiques.

Je me tiens à votre entière disposition pour mieux vous exposer lors d'un entretien les motivations qui m'animent.

Dans l'attente de votre réponse, je vous prie 10 , Monsieur, en l'assurance de ma considération distinguée.

Didier Chavet