



NATIONAL SENIOR CERTIFICATE EXAMINATION
NOVEMBER 2018

SPANISH SECOND ADDITIONAL LANGUAGE: PAPER I

Time: 2 hours

100 marks

PLEASE READ THE FOLLOWING INSTRUCTIONS CAREFULLY

1. This question paper consists of 6 pages and an Answer Booklet of 15 pages (i–xv). Check that your paper is complete. Answer **all** questions.
 2. Answer all questions in Spanish. The texts are in this paper but the questions are in the Answer Booklet and must all be answered in that booklet. Please ensure that you have filled in your examination number correctly.
 3. The number of lines used in the Answer Booklet depends on individual handwriting style and is **not** an indication of the length of the response required. Some extra lines have been given at the end of the Answer Booklet but should not generally be needed. Please indicate clearly if answers have been completed in the extra space.
 4. It is in your best interest to write legibly and to present your work neatly.
-

**SECCIÓN A READING FOR MEANING: UNSEEN TEXTS
COMPRENSIÓN****PREGUNTA 1****TEXTO 1**

Lee el siguiente artículo y contesta las preguntas que aparecen en el Answer Booklet o Cuaderno de Respuestas.

Influencers: jóvenes que marcan tendencia

Son capaces de lucir una prenda en una foto y que, un día más tarde, esté agotada en todas las tiendas. Sus cuentas de Instagram tienen millones de seguidores, sus vídeos de YouTube consiguen miles de 'me gusta', y su estilo lo copian jóvenes — y no tan jóvenes — de todo el mundo.

5 Los *influencers*: ha llegado a nuestras vidas para cambiarlas por completo.

Hablar de *influencers* es un tanto complejo, todavía no se ha fijado con precisión el significado del término. Quizás esta sea la razón por la que la mayoría no entienda muy bien de qué se trata. En el diccionario *Cambridge Dictionary* encontramos una escueta referencia relacionada estrechamente con el ámbito del marketing y el mundo de los negocios: "persona o grupo de
10 personas que tiene la capacidad de influenciar la conducta u opiniones de otros". Podemos encontrar varios tipos según el ámbito en el que se mueven y el campo que dominan (ciencia, arquitectura, ingeniería, etc.), pero aquí nos centraremos en los *influencers* de moda.

Una de las españolas más importantes en este sector, Aida Domenech establece al inicio de uno de sus vídeos las tres categorías en las que se divide esta reciente profesión: *instagramers*,
15 *youtubers* y *bloggers*. "En este caso, yo soy las tres", explica Dulceida — nombre artístico de Domenech — en un intento de mostrar en qué consiste exactamente su trabajo. Al igual que ella, la mayoría de las personas que 'influencian' a los demás en el área de la moda empezaron como *bloggers* y a partir de ahí fueron abriendo perfiles en el resto de redes sociales.

En el mundo de la moda, el fenómeno es algo bastante reciente. Podríamos indicar que
20 comenzó a principios del año 2006 con el blog "Tendencias" donde belleza y moda se unían en un único espacio online. Al año siguiente, se produjo un boom y muchos jóvenes — sobre todo mujeres — abrieron sus propias páginas online en las que hablaban de esta industria desde distintas perspectivas. En la mayoría de estos espacios sus autores se fotografiaban mostrando las últimas tendencias en moda y explicaban dónde habían adquirido cada prenda. Se iniciaba
25 así el germen de los *influencers de la moda*.

Hoy en día estos blogs inundan la red, pero solo unos pocos destacan. Una de las pioneras, en España, Alexandra Pereira conocida por su blog *Lovely Pepa*, afirma "Abrí *Lovely Pepa* como un pasatiempo, como una forma de compartir con otras personas mi visión de la moda, de la vida, de mis conjuntos ..." "y comenzó a crecer hasta convertirse en mi profesión", explica. "Es un
30 proceso muy muy lento que requiere una gran perseverancia", añade. Rafaela Almeida, fundadora de la agencia BlaNZ considera que es un título reservado solo a unos pocos. "Podemos decir que un individuo es un 'influencer' cuando su mensaje traspasa

35 a cada uno de los círculos de influencia posibles [las personas a las que llega de forma directa], reproduce su mensaje en comunidades online y finalmente a los medios de comunicación. Para alcanzar esa posición, el individuo tiene que tener gran habilidad comunicativa, conocimiento sobre el tema, capacidad de generar confianza y reciprocidad, tener contacto con los seguidores, consistencia en el discurso, habilidad para contar historias con una imagen o un vídeo y capacidad de crear tendencias", resume Almeida.

40 Las fuentes de ingresos son elevadas, cifras, entre cientos a decenas de miles de euros, basadas en contratos con grandes firmas como imagen de su marca/producto y en promociones. Son en sí mismos puro marketing, venden todo lo que llevan, ponen de moda cualquier local que visitan o incluso sus destinos de vacaciones. "Muchas chicas me escriben pidiéndome consejos de estilo, dónde poder conseguir las prendas que llevo, cómo combinarlas para una ocasión especial ... Lo mismo sucede con los bares y restaurantes de mi ciudad", dice Almudena
45 Castellano. Lo hagan de manera voluntaria o no, hoy en día son los vendedores más poderosos del siglo XXI.

Sin embargo, no todo es tan glamuroso, sobre ellos recae una responsabilidad de la que muchas veces no son conscientes. Deben tener mucho cuidado en el modo en que se presentan, presentan a su familia, amigos y pareja, ya que se están exponiendo al resto del
50 mundo y no todos los comentarios son positivos.

Lo que es evidente es que los *influencers* son los nuevos ídolos de los jóvenes, marcan tendencia. Muchos han adquirido tal fama que se han transformado en verdaderas estrellas comparables con famosos del mundo del cine o la televisión. Están aquí para quedarse.

[<<https://estudiantes.elpais.com>> <<http://www.zgrados.com>> (Texto Adaptado)]

PREGUNTA 2**TEXTO 2**

Lee el siguiente artículo y contesta las preguntas que aparecen en el Answer Booklet o Cuaderno de Respuestas.

El poder estudiar, tener inteligencia, es muy importante para conseguir el éxito en los estudios, pero no lo es todo para poder estudiar. Hay alumnos que teniendo una inteligencia normal, a base de esforzarse y "machacar", terminan sacando buenas notas.

5 El querer estudiar (tener motivaciones o voluntad) es tan importante o más que la inteligencia para alcanzar buenas notas. La motivación, en el sentido de causa que mueve o impulsa a estudiar, ha sido estudiada en un trabajo de investigación con alumnado del Ciclo Superior de Zaragoza (Memoria de Licenciatura. Ramo García, Arturo. Valencia, octubre). En este trabajo se distinguen las motivaciones internas y las externas. Llamamos internas o personales a aquellas motivaciones que nacen del propio alumno, que quiere hacer algo por
10 sí mismo y tiene voluntariedad actual. Las motivaciones externas o ajenas son aquellas que no nacen del alumno sino de otras personas (padres, hermanos, profesores, compañeros) y de circunstancias que le rodean.

15 Entre las motivaciones internas o personales distinguimos las que hacen referencia al interés profesional (conseguir un buen trabajo y seguir estudiando), al interés personal (me gusta estudiar, por satisfacción personal) y al interés escolar (saber más, sacar buenas notas, superarme). Estas motivaciones internas están muy relacionadas con el alumnado que obtiene altos rendimientos. Estudiar requiere un esfuerzo que el estudiante tiene que llevar a cabo; si está motivado por sí mismo será más sencillo de realizar, dedicará el tiempo necesario y cumplirá con sus responsabilidades.

20 Las motivaciones externas o ajenas suelen ser familiares (por satisfacer a los padres, porque me riñen o me pegan), escolares (por no suspender en las evaluaciones, por saber contestar en clase) y sociales (por ir de veraneo, por tener el sello de listo). Todas ellas están muy relacionadas con el alumnado de rendimiento bajo. Podríamos afirmar que estas no solo no ayudan al estudiante sino que le perjudican en sus rendimientos escolares. Dicho de otra
25 forma, para que los rendimientos sean satisfactorios ha de ser el alumno quien primordialmente quiera estudiar, con interés personal, profesional o escolar, que nacido dentro de sí mismo le empuje al esfuerzo que ordinariamente exige el estudio.

30 Si esta motivación personal o interna no existe o incluso es negativa-con un rechazo claro hacia el estudio- los esfuerzos que hagan los padres, los profesores y compañeros para ayudar al alumno, utilizando todos los medios (propinas, castigos, riñas, recompensas afectivas, etc.), serán insuficientes. También serán insuficientes los otros estímulos de la sociedad que empujan al alumno al estudio.

[<<https://onedrive.live.com>>(Texto Adaptado)]

60 marks

SECCIÓN B PRESCRIBED TEXTS**PREGUNTA 3****TEXTO 3 ISABEL ALLENDE "DOS PALABRAS"**

Lee el siguiente fragmento y contesta las preguntas que vienen en el Answer Booklet o Cuaderno de Respuestas.

- 1 El Coronel y Belisa Crepusculario se miraron largamente, midiéndose desde la
- 2 distancia. Los hombres comprendieron entonces que ya su jefe no podía
- 3 deshacerse del hechizo de esas dos palabras endemoniadas, porque todos
- 4 pudieron ver los ojos carnívoros del puma tornarse mansos cuando ella avanzó
- 5 y le tomó la mano.

["Dos palabras". Plaza y Janés editores S.A. Barcelona]

PREGUNTA 4**TEXTO 4 FEDERICO GARCÍA LORCA *BODAS DE SANGRE***

Lee el siguiente fragmento y contesta las preguntas que vienen en el Answer Booklet o Cuaderno de Respuestas.

ACTO SEGUNDO CUADRO SEGUNDO

- 1 MADRE. – (AL PADRE.) ¿Qué es esto? ¿Dónde está tu hija?
- 2 (Entra la MUJER de LEONARDO.)
- 3 MUJER. – ¡Han huido! ¡Han huido! Ella y Leonardo. En el caballo. Van abrazados, como una
4 exhalación.
- 5 PADRE. – ¡No es verdad! ¡Mi hija, no!
- 6 MADRE. – ¡Tu hija, sí! Planta de mala madre, y él, él también, él. ¡Pero ya es la mujer de mi
7 hijo!
- 8 NOVIO. – (Entrando.) ¡Vamos detrás! ¿Quién tiene un caballo?
- 9 MADRE. – ¿Quién tiene un caballo ahora mismo, quién tiene un caballo? Que le daré todo
10 lo que tengo, mis ojos y hasta mi lengua ...
- 11 VOZ. – Aquí hay uno.
- 12 MADRE. – (AL HIJO.) ¡Anda! ¡Detrás!
13 (Sale con dos mozos.)
14 No. No vayas. Esa gente mata pronto y bien ...; ¡pero sí, corre, y yo detrás!

[*Bodas de Sangre*. Biblioteca Didáctica Anaya, grupo Anaya S. A. Madrid]

40 marks

Total: 100 marks