



Ministério das Relações Exteriores
Instituto Rio Branco



PROVA ESCRITA DE ESPANHOL

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

- 1 Este caderno contém a Prova Escrita de Espanhol, acompanhada de espaços para rascunho.
- 2 Além deste caderno de prova, você receberá um caderno de respostas, único documento válido para a avaliação de sua prova. Os espaços para rascunho são de uso opcional; não contarão, portanto, para efeito de avaliação. Todas as respostas devem ser inteiramente transcritas no caderno de respostas.
- 3 Caso o caderno esteja incompleto ou tenha qualquer defeito, solicite ao fiscal de sala mais próximo que tome as providências cabíveis.
- 4 A legibilidade será considerada na avaliação da prova. Portanto, tenha atenção com o formato de letras e demais notações.
- 5 A duração da prova é de **duas** horas, já incluído o tempo destinado à identificação — que será feita no decorrer da prova — e à transcrição das respostas para as respectivas folhas do caderno de respostas.
- 6 Ao terminar a prova, chame o fiscal de sala mais próximo, devolva-lhe o caderno de respostas e deixe o local de prova.
- 7 Será anulada a resposta que for escrita a lápis ou que tiver identificação fora do local apropriado.
- 8 A prova será anulada se o caderno de respostas for devolvido com alguma folha destacada ou rasgada.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES
INSTITUTO RIO BRANCO

CONCURSO DE ADMISSÃO À CARREIRA DE DIPLOMATA

PROVA ESCRITA DE ESPANHOL

Lea los dos textos de las páginas siguientes y resuelva las cuestiones propuestas. Acuérdesse de que ésta es una prueba de comprensión lectora, cuyas respuestas deberán estar completas – sujeto, predicado, complemento –, y en español - (no utilice citas, así que las respuestas serán con sus propias palabras).

TEXTO I

El español de los políticos

Francisco Moreno-Fernández

La prensa internacional se ha hecho eco de la importante victoria electoral de Antonio Villaraigosa en Los Ángeles, pero se ha destacado muy especialmente en la prensa de los países hispanohablantes. He tenido la oportunidad de leer algunas crónicas en las que el triunfo de Villaraigosa se interpreta como una prueba palpable del lento e inexorable avance de lo hispano en los Estados Unidos. Naturalmente, en esas crónicas, el uso de la “r” simple y doble alternaba alegremente en la escritura del apellido de nuestro nuevo alcalde, con preferencia por la doble, como sería preceptivo* en español.

Entre los periodistas y columnistas hispanohablantes no faltan quienes critican y reprochan, con el dedo índice en alto y el entrecejo fruncido, la inconveniencia de que un personaje público hispano presente en su tarjeta de visita una falta de ortografía. Y no van descaminados en la denuncia. Puestos a ser exigentes, podría recriminarse incluso la sintaxis de una frase dicha por el entonces candidato en su campaña publicitaria en español, cuando preguntaba retóricamente “¿Verdad de que sí?”. Ese uso dequeísta*, que no es extraño al habla popular de muchos países hispánicos, tampoco es el más aconsejable dentro de un mensaje público. Pero lo grave, a mi modo de ver las cosas, no es que aparezcan estos usos “erróneos” en público, que podrían justificarse diciendo que para los nombres propios no rigen las reglas de ortografía o que el lenguaje de los políticos debe incluir expresiones que los acerquen a la forma de hablar del pueblo. Lo grave es que muchos de esos usos aparecen por simple desconocimiento o por una falta de interés en el manejo cuidadoso de la lengua.

Dentro de la política de EU, el español está adquiriendo un estatus de lengua simbólica: lo relevante parece ser su presencia testimonial en los medios, no tanto su forma o su corrección. No importa que un candidato a presidente sepa decir tan solo unas pocas frases con un acento horroroso o que un candidato hispano a alcalde no sea capaz de mantener una conversación o un debate vivo y fluido en español. Es más significativo que los candidatos anglohablantes dejen ver que están haciendo un esfuerzo por aprender español, es decir que reconozcan el valor simbólico de la lengua.

El hecho de ser hispano presupone el reconocimiento de ese valor y por eso los políticos hispanos se permiten el lujo de usar la lengua sin esmero y de ignorar en sus campañas a los hispanos, como hizo Villaraigosa en la suya: con decir que se sentía orgulloso de su origen parecía suficiente.

No nos engañemos. Por mucho que en los países hispanohablantes se resalte como un rasgo decisivo la “hispanidad” de Villaraigosa en Los Ángeles, de Cisneros en San Antonio o de Ferrer en Nueva York, el éxito de estos políticos no reside en hacer una política para los hispanos, sino en hacer una política para todos, con sello estadounidense y en inglés. El español es un símbolo, un origen que, sin negarlo, se puede abandonar para alcanzar otro estatus. Ocurre, sin embargo, que el español va dejando, poco a poco, de ser una lengua de marca étnica y va convirtiéndose en un recurso comunicativo estadounidense tan legítimo como el inglés. Si yo fuera un político hispano, me pondría cuanto antes a aprender a usar mi lengua de origen en los contextos más formales y en los estilos –hablados y escritos– más profesionales. El español ya no es solo la lengua del amor y, además, la política es cada vez más exigente.

La Opinión – Los Angeles

* *preceptivo*: ordenado por un precepto.

* *dequeísta*: el empleo indebido de “de que” cuando el régimen verbal no lo admite.

PREGUNTAS

- 1) En el primer párrafo, ¿qué quiere decir el autor con la expresión “lo hispano”?
- 2) ¿Por qué los periodistas “no van descaminados en la denuncia”?
- 3) Explique, con sus palabras, la opinión del autor sobre qué es grave y qué no es grave respecto a los errores gramaticales de los políticos?
- 4) ¿Por qué dice el autor que el español está adquiriendo el estatus de lengua simbólica?
- 5) El autor hace una advertencia en el último párrafo. ¿En qué consiste dicha advertencia? ¿Por qué la hace?

TEXTO II

ELECCIONES EN PERÚ: ESTABILIDAD Y BAJA INFLACION, PERO TAMBIEN UN 65% DE TRABAJADORES INFORMALES

Perú: fiebre de consumo y pobreza estructural, en un país de contrastes

En el gobierno de Toledo el país creció 4% anual. Pero la euforia no fue para todos.

Pablo Biffi LIMA. ENVIADO ESPECIAL
CLARÍN – 07/04/2006

El centro comercial de Larcomar —en un barranco que cuelga sobre el Pacífico en el coqueto distrito de Miraflores— hierve de gente al atardecer. Bares, restaurantes, cines, casinos, negocios de ropas y de electrodomésticos viven tiempos de euforia, como hacía tiempo no se veía en esta capital. Un fenómeno indiscriminado de consumo se ha instalado en las clases medias y medias altas urbanas, sostenido en la estabilidad, la baja inflación y el crecimiento de la economía de manera constante en los últimos cinco años.

El fenómeno se reproduce —en menor escala, pero de todos modos bien visible— en zonas populosas de esta capital, en donde megacomplejos comerciales le han cambiado la fisonomía a esas barriadas, ocupando manzanas completas con rubros para todos los gustos. Las cifras macroeconómicas del país explican, en parte, la transformación estética que han sufrido varias zonas de Lima: entre 2001 y 2005 —los 5 años de gobierno de Alejandro Toledo— la economía creció 21%, las exportaciones un 44,7% y la inversión privada poco más del 25%. La inflación fue de apenas el 1,5 durante todo 2005.

"Los indicadores macroeconómicos son engañosos porque no responden a una estrategia de crecimiento, sino que son parte de un ciclo económico mundial que favorece al país. Hay un contexto que favorece a la economía peruana, exportadora de las materias primas necesarias para el mundo desarrollado", explicó a Clarín el economista y profesor universitario, Denis Falvi.

Para Falvi, el problema de Perú es "estructural", porque es un país que no tiene la infraestructura necesaria para crecer y desarrollarse. "Si la economía mundial sufre un ciclo de retracción, toda esta burbuja de consumo y de estabilidad se derrumbaría inmediatamente, como pasó en Argentina, por ejemplo. Pero nosotros no estamos en condiciones de hacer frente a una crisis de esa magnitud", agregó Falvi.

Carlos es un profesional. Tiene trabajo estable, dos hijos y una esposa que también trabaja. Un crédito a 20 años en dólares para comprar una vivienda. Y también tarjeta de crédito, con la que financia sus compras más importantes, como ropa o electrodomésticos. Según datos de Visa Perú, el consumo de su plástico creció un 45% el año pasado y el consumo total entre tarjetas de crédito y débito fue de 1.200 millones de dólares.

"Hay un proceso de gasto casi compulsivo y no hay ahorro. Y tampoco parece importar que las tasas de interés de las tarjetas sean altas. Cualquier sacudón en la economía puede ser fatal", dice el economista.

El interior de Perú, en particular la selva y la sierra, es la región del país al que no ha llegado el "derrame" del crecimiento económico del 6,7 por ciento del año pasado. Allí se ve con claridad la pobreza estructural, que llega al 54 por ciento según cifras oficiales, pero que datos privados la ubican por encima del 60 por ciento.

Allí no llegan, tampoco, los beneficios de las exportaciones récord en minería, un rubro que no genera puestos de trabajo formal, uno de los dramas de este país: el 65 por ciento de la población es considerado "trabajador informal", pese a que la desocupación —en cifras oficiales— esté por debajo del 10 por ciento.

A la sierra o a la selva tampoco le corresponde otro dato que marca la fiebre del consumo que embarga a sectores medio y medios altos: la venta de autos aumentó en un 50 por ciento en 2005 respecto del año anterior, según cifras del sector.

El distrito de Independencia se parece a cualquier partido del conurbano bonaerense, típico de sectores medios y bajos. El movimiento por la mañana es incesante en el Mega Plaza, un imponente centro comercial en el que se vende de todo a precios razonables, con infinidad de ofertas, sobre todo en indumentaria. El año pasado, ese shopping vendió por 150 millones de dólares, sobre todo ropa y calzado.

"No es que estemos mejor, pero hay algo más de platita ahora", dice Martha, un ama de casa que administra como puede el dinero que lleva a la casa su marido, empleado en una casa de venta de electrodomésticos, en otro centro comercial de Miraflores.

Con todo, Lima tiene arraigado el drama de la mayoría de las capitales latinoamericanas: decenas de chicos que en las esquinas de esta capital se ganan unas pocas monedas limpiando los vidrios polarizados de las 4x4. Como esos nenes que no pasan de los 10 años y que a las 12 de la noche, en una estación de servicio de San Isidro —otro distrito coqueto de esta ciudad— llevan varias horas trabajando y pocas monedas en sus latitas.

PREGUNTAS

- 6) Describa dónde está ubicado el centro comercial de Larcomar.
- 7) ¿Qué le pasa al centro comercial? ¿Por qué?
- 8) ¿Ello sucede en otros sitios? ¿Dónde? ¿Cómo?
- 9) ¿Qué opina el economista y profesor universitario Denis Falvi acerca del fenómeno?
- 10) ¿Qué realidad presenta el interior de Perú? Haga un resumen.
- 11) Explique el significado de "tiene arraigado" en el último párrafo del artículo. Aclare a qué drama se refiere la perífrasis.

