

Apellidos: **Nombre:**

D.N.I./ N.I.E.:

COMPETENCIA CLAVE EN COMUNICACIÓN EN LENGUA CASTELLANA.

NIVEL III

Instrucciones:

- **Lee atentamente las preguntas antes de contestar y responde en los folios que se te proporcionarán.**
- **La puntuación máxima de cada pregunta está indicada en su enunciado.**
- **Revisa detenidamente la prueba antes de entregarla.**
- **Al finalizar, se entregarán las pruebas y todas las hojas utilizadas para las respuestas.**

A. COMPRENSIÓN DE UN TEXTO ESCRITO. (4 puntos)

El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM), a través de su Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista, han lanzado esta semana una campaña de concienciación dirigida a las empresas publicistas, anunciantes y fabricantes de juguetes, así como a las televisiones públicas y privadas, para promover, de cara a las próximas navidades, una publicidad no sexista de los juguetes. La iniciativa pretende sensibilizar de forma previa a la elaboración de los anuncios que se emitirán a partir de principios de diciembre, cuando arranca la época navideña, que acapara el 70% de las ventas anuales de juguetes. A partir de esa fecha, el Observatorio y el CAA lanzarán otra campaña destinada a las familias, para la compra responsable de juegos y juguetes igualitarios y libres de violencia.

Según el informe 2013 del Observatorio sobre la publicidad de juguetes, el 81% de los anuncios analizados contiene un tratamiento sexista o infringe algún punto del Decálogo para la publicidad no sexista. Mientras, el 19% de los anuncios de juguetes contienen buenas prácticas, lo que demuestra, según el informe, una tendencia hacia el cambio y el compromiso de la industria publicitaria con el fomento de la igualdad.

La campaña consiste en la difusión de un listado de recomendaciones para garantizar una publicidad infantil igualitaria y libre de estereotipos sexistas. Las principales pautas giran en torno a: evitar que los anuncios de las distintas categorías de juguetes se dirijan de manera exclusiva a cualquiera de los dos sexos; huir de una publicidad que asigne roles profesionales diferentes a niños y niñas (médico, enfermera, piloto, azafata, cocinera, cuidadora...); descartar la representación de niñas emulando estereotipos asignados a las mujeres, especialmente en lo que respecta al cuerpo y la belleza; eludir anuncios que incorporen una temprana sexualización de las niñas entre los 6 y 13 años; evitar una publicidad que enfatice roles adultos asignados a los hombres, generalmente asociados a la fuerza, el poder, el valor o el riesgo. Como alternativas positivas, la campaña propone recomendaciones como el fomento de la creatividad y la innovación; la participación incluyente de niños y niñas en los anuncios, con independencia del juguete publicitado; la promoción de juguetes sin destinatario explícito; la diversificación de los colores y músicas en todas las categorías de juguetes y los anuncios basados en valores positivos, entre otras.

Este listado será remitido a todas las empresas de publicidad y fabricantes de juguetes que en años anteriores hayan emitido anuncios sexistas detectados desde el Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista. Por su parte, el Consejo Audiovisual de Andalucía se encargará de la difusión de la campaña en las televisiones públicas y privadas de la comunidad. Junto a ello, el listado de recomendaciones será difundido a través de Internet y las redes sociales.

Grupo Joly (texto adaptado).

1. Señala si las siguientes afirmaciones son verdaderas (V) o falsas (F) según el texto:

(1 punto, 0,2 por apartado)

- [F]** El Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista considera que la industria publicitaria ignora todos los años sus advertencias.
- [F]** La campaña que se acaba de estrenar va fundamentalmente destinada a las familias.
- [V]** La campaña intenta evitar la asignación de roles tradicionalmente femeninos a las niñas o típicamente masculinos a los niños.



[F] Solo una minoría de los anuncios actuales pueden considerarse sexistas.

[V] La campaña será difundida a través de televisión e Internet.

2. **Indica** cuál es la frase (solo una) que recoge con más precisión la idea central del texto: (1 punto)

- ☐ El Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista es un organismo dependiente tanto del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) como del Instituto Andaluz de la Mujer (IAM).
- ☐ Todos los fabricantes que hayan incumplido años interiores este decálogo de buenas prácticas van a recibir un amonestación por parte del Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista.
- ☐ La industria publicitaria está muy comprometida con el fomento de la igualdad.
- ☒ El Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista acaba de poner en marcha una campaña con recomendaciones para evitar los comportamientos sexistas en la publicidad de juguetes.

3. **Explica** con tus palabras el significado de las siguientes expresiones del texto: (1 punto, 0,5 por apartado)

a) " La iniciativa pretende sensibilizar de forma previa a la elaboración de los anuncios"

El aspirante debe demostrar con su explicación que entiende que la campaña quiere concienciar a los publicistas antes de que diseñen sus anuncios.

b) " Las estadísticas muestran una tendencia hacia el cambio y el compromiso de la industria publicitaria con el fomento de la igualdad"

El aspirante debe entender que, a pesar de que el número de anuncios considerados sexistas es elevado, es menor que el de años anteriores.

4. A partir del texto vamos a elaborar un "Decálogo de buenas práctica en la publicidad de juguetes". **Recoge** de forma esquemática cinco de las recomendaciones que aparecen en el texto para eliminar la publicidad sexista de juguetes y **elabora** las cinco restantes. (1 punto)

Ejemplo: *Se debe evitar que los anuncios se dirijan a niños o a niñas de manera exclusiva.*

El aspirante puede aludir a cinco de las siguientes recomendaciones:

1. Huir de una publicidad que asigne roles profesionales diferentes a niños y niñas (médico, enfermera, piloto, azafata, cocinera, cuidadora...)
2. Descartar la representación de niñas emulando estereotipos asignados a las mujeres, especialmente en lo que respecta al cuerpo y la belleza
3. Eludir anuncios que incorporen una temprana sexualización de las niñas.
4. Evitar una publicidad que enfatice roles adultos asignados a los hombres, generalmente asociados a la fuerza, el poder, el valor o el riesgo.
5. Fomentar la creatividad y la innovación.
6. Promocionar juguetes sin aludir a un sexo de forma específica.
7. Diversificar los colores y músicas de los anuncios independientemente del juguete promocionado.

B. CONOCIMIENTO DE LA LENGUA. (3 puntos)

5. **Escribe** antónimos para los siguientes términos subrayados en el texto: (0,5 puntos, 0,1 por apartado)

- a) temprana tardía
- b) asociados separados/disociados
- c) riesgo seguridad
- d) diversificación homogeneización
- e) promover erradicar/ hacer desaparecer



6. Indica a qué género periodístico pertenece el texto. **Justifica** tu respuesta. (0,5 puntos)

El aspirante deberá indicar que se trata de una noticia o al menos que se inscribe dentro de los géneros de información. Para justificarlo puede explicar que el periodista ofrece una información objetiva y/o aportar alguna otra característica propia de la noticia, como que la redacción del texto responde a las preguntas básicas (¿quién?, ¿qué?, ¿dónde?, etc.)

7. En cada una de las siguientes oraciones hay un error ortográfico o de expresión. **Vuelve a escribir** la oración ya corregida. (0,5 puntos, 0,1 por apartado)

- a) Primeramente vamos a tratar los temas más urgentes.

En primer lugar vamos a tratar los temas más urgentes.

- b) Siempre iba de luto, osea, vestida de riguroso negro.

Siempre iba de luto, **o sea**, vestida de riguroso negro.

- c) Yo no me gusta tomar mucho café.

A mí no me gusta tomar mucho café.

- d) Chicos, terminar ya que me tengo que ir.

Chicos, **terminad** ya que me tengo que ir.

- e) A él no le gusta de pensar que algún día tendrá que irse.

A él no le gusta pensar que algún día tendrá que irse.

8. Rellena los huecos con el conector apropiado de la siguiente lista:
(0,5 puntos, 0,1 por apartado excepto 0,2 el apartado a.)

sin embargo / es decir / a continuación / por lo tanto / en primer lugar.

- a) Hoy hablaremos de los textos. _____ vamos a definir los tipos de texto;
_____ veremos algunos ejemplos prácticos.

Hoy hablaremos de los textos. **En primer lugar** vamos a definir los tipos de texto; **a continuación** veremos algunos ejemplos prácticos.

- b) No soy aficionada a los dulces; _____, siempre me ha encantado su tarta de queso.

No soy aficionada a los dulces; **sin embargo**, siempre me ha encantado su tarta de queso.

- c) No puedo recoger las notas ese día, _____ tendrán que enviármelas por correo.

No puedo recoger las notas ese día, **por lo tanto**, tendrán que enviármelas por correo.

- d) El plazo finaliza el próximo jueves, _____, tienes solo dos días para entregar la solicitud.

El plazo finaliza el próximo jueves, **es decir**, tienes solo dos días para entregar la solicitud.

9. Clasifica las siguientes palabras sacadas del texto según su categoría gramatical y el tipo de palabra según su estructura (simple, derivada o compuesta): (1 punto, 0,1 por respuesta)

Palabra	Categoría	Tipo de palabra
<i>Ejemplo: anuncios</i>	<i>Sustantivo</i>	<i>Simple</i>
creatividad	Sustantivo	Derivada
igualitario	Adjetivo	Derivada
especialmente	Adverbio	Derivada
hacia	Preposición	Simple
giran	Verbo	Simple



C. EXPRESIÓN ESCRITA. (3 puntos)

- 10.** Psicólogos y pedagogos advierten de la importancia de elegir los juguetes adecuados (en cantidad y calidad) para los niños. Especialmente en Navidad, los adultos se dejan llevar por la fiebre consumista y ofrecen a los más pequeños unos juguetes que en demasiadas ocasiones no fomentan la imaginación y el adecuado desarrollo psicomotriz sino que favorecen el sedentarismo.

Redacta un texto argumentativo de entre **200 a 250 palabras** en el que expongas con claridad y de forma razonada tu punto de vista sobre esta cuestión. Recuerda que en la puntuación del ejercicio se tendrán en cuenta, de manera proporcional, la presentación, la ortografía, el uso adecuado de los signos de puntuación, la coherencia y la cohesión del texto.

Respuesta libre.

