



CONCOURS ARTS ET MÉTIERS ParisTech - ESTP- ARCHIMEDE

Épreuve de Langue Vivante MP - PC - PSI

Durée 3 h

Si, au cours de l'épreuve, un candidat repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, d'une part il le signale au chef de salle, d'autre part il le signale sur sa copie et poursuit sa composition en indiquant les raisons des initiatives qu'il est amené à prendre.

Pour cette épreuve, l'usage des machines (calculatrices, traductrices,...) et de dictionnaires est interdit.

Les différents sujets sous forme d'un fascicule sont présentés de la manière suivante :

Pages 2 à 4	Allemand
Pages 5 à 7	Anglais
Pages 8 à 10	Arabe
Pages 11 à 13	Espagnol
Pages 14 à 16	Italien
Pages 17 à 19	Portugais

Vous rédigerez dans la langue choisie et en 400 mots une synthèse des documents proposés. Vous indiquerez avec précision à la fin de votre synthèse le nombre de mots qu'elle comporte. Un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté. Votre synthèse comportera un titre comptabilisé dans le nombre de mots.

Le candidat a obligation de traiter le sujet dans la langue qu'il a choisie au moment de son inscription au concours.

Tournez la page S.V.P.

Vous rédigez en espagnol et en 400 mots une synthèse des documents proposés. Vous indiquerez avec précision à la fin de votre synthèse le nombre de mots qu'elle comporte. Un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté. Votre synthèse comportera un titre comptabilisé dans le nombre de mots.

DOCUMENT 1

Más críticos con la jerarquía

Decidir qué noticias son importantes y qué asuntos merecen ser contados a los lectores es una de las funciones esenciales del periodismo. La selección de las noticias y su ordenación en el espacio conforman una jerarquización de la realidad y la forma de presentarlas define el marco conceptual desde el que esa realidad debe interpretarse. El periodismo ha ejercido durante muchos años este papel prescriptor sin que los lectores tuvieran muchas oportunidades de comparar ni expresar sus preferencias. Se suponía que al comprar el diario, los lectores expresaban una aceptación tácita de la forma en que ejercía esa función y en esa confianza se basaba la relación de fidelidad. Internet ha trastocado por completo este escenario. Para empezar, los lectores pueden ahora acceder fácilmente a las fuentes originales y comparar qué noticias dan otros medios y cómo las dan. Tienen, por tanto, más elementos de juicio para cuestionar la forma en que el diario ejerce su función prescriptora. Y lo hacen cada vez con más frecuencia.

Buena parte de las llamadas o cartas que recibo son de lectores que se dirigen a la Defensora para cuestionar decisiones editoriales o para expresar su desacuerdo con la valoración de una noticia. Muchas de estas quejas son por omisión. Son de lectores que [...] consideran que el diario no ha dado importancia a una noticia que ellos piensan que la tenía [...] Algunas quejas aluden directamente a la jerarquización. Lidia Fernández Montes, "lectora de *El País* desde los 14 años", escribe: "Me ha causado bastante malestar el tratamiento dado a la noticia del atentado sufrido por Norma Andrade, activista mexicana contra los feminicidios. El tratamiento informativo es correcto, pero no creo que sea así la jerarquía que ocupa". Considera que no debió situarse en la sección de Sociedad, sino en la de Internacional, donde se habría ubicado si la víctima hubiera sido un activista masculino, [...] Efectivamente, unos días más tarde, el caso de Andrade se incluía en un reportaje publicado en Internacional sobre la persecución de activistas en México.

Algunos lectores nos critican por exceso de ciertos contenidos [...] Otros lectores, en cambio, nos critican porque echan de menos otros temas. Juan Rivero, por ejemplo, considera que faltan contenidos científicos. Los titulares y la forma de presentar las noticias son también cuestionados con frecuencia [...]

Federico Revilla critica también la forma en que se ha presentado la alocución navideña del Rey. Y en concreto el titular "El Rey muestra gran preocupación por el daño a la corona del caso *Urdangarin*", cuando, según el lector, "no ha habido en sus palabras ni expresión de dicha preocupación, ni mención de daño alguno, ni mucho menos alusión directa a la persona ni las actividades de Urdangarin" [...]. En este ejemplo, los lectores no sólo podían escuchar cuando quisieran el discurso del Rey, sino que podían ver fácilmente en su ordenador el tratamiento que había recibido en otros diarios. Ese día, la mayor parte de diarios destacaba en portada una frase textual del Rey, la de que "la justicia es igual para todos". Sólo *El País* y *El Mundo* hicieron un titular muy interpretativo.

Los expuestos son algunos ejemplos recientes de cómo los lectores enjuician las decisiones editoriales. Cada lector dispone ahora de elementos de juicio como para hacerse su propia jerarquización de la realidad. Y cuando ésta no coincide con la que le ofrece el diario, la cuestiona. Por lo que he podido comprobar, los lectores se muestran especialmente irritados

cuando hacemos interpretaciones que consideran excesivas o que no están suficientemente amparadas en los hechos o las palabras. También cuando consideran que les faltamos al respeto, por ejemplo, publicando hasta cuatro versiones distintas de la misma frase supuestamente textual. [...]

Milagros Pérez Oliva, *El País*, Madrid, 31/12/2011

DOCUMENT 2

Cómo influyen las redes sociales en el periodismo.

Los profesionales de industrias o áreas que tienen su base en la Comunicación, como el «marketing», la publicidad, los medios de comunicación, etc. tienen muy claro (o deberían hacerlo) que la forma en la que desempeñan su trabajo está en un momento de transformación profunda. El periodismo, por ejemplo, está cambiando en tres aspectos: el acceso a más (y mucho más inmediatas) fuentes de información, la participación de los usuarios en general y el modelo de negocio. Los medios de comunicación están viendo cómo la forma en la que obtienen ingresos cambia rápidamente, y en su nueva definición las redes sociales ocupan un papel básico. Ninguna estrategia de difusión de contenido por Internet debería de olvidarse del «social media», ni siquiera los grandes nombres. *The New York Times* es el mejor ejemplo de cómo todo un gigante está buscándose a sí mismo en el nuevo panorama en el que nos vamos adentrando rápidamente.

El periodista y el «social media»

La influencia del «social media» en el periodismo abarca, incluso, la forma en la que se trabaja un contenido -en muchos casos desde el principio-, por lo que los periodistas deben ser también usuarios de las redes sociales. Una persona que no forma parte real, ya sea activa o pasivamente, en este tipo de servicios lo tiene muy difícil para entenderlos y, sobre todo, aprovecharlos adecuadamente. Las redes sociales como Twitter y Facebook se han convertido en un vehículo de distribución incomparable para la incalculable cantidad de contenido que hay en Internet, y de hecho han ocasionado la creación de más vídeos, textos, blogs, fotografías, infografías, etc. Pero también han establecido nuevas reglas, como los 140 caracteres de Twitter o la necesidad de crear titulares con capacidades «virales».

La comunidad

Los movimientos de protesta que han recorrido diferentes países y continentes desde el año pasado dejaron de manifiesto que aunque algunas noticias estén fuera de los medios de comunicación, los usuarios tienen herramientas para hacerlas llegar a la opinión pública gracias a que, mediante las redes sociales, han formado comunidades. Los lectores de hoy en día, y sin duda los telespectadores también, han ganado con Internet una jerarquía mucho más importante que la que tenían con el modelo tradicional de «emisor, mensaje, receptor». Ahora el receptor también es participante, opina y hasta puede ser emisor. *The New York Times*, anunció recientemente una serie de cambios en su sistema de comentarios, que tienen el objetivo de fomentar la participación de los lectores para generar lazos con ellos, es decir formar una comunidad parecida a las de las redes sociales.

www.abc.es 2/01/2012

DOCUMENT 3

De periodismo y redes sociales

Las redes sociales son una gran pasarela global que ya trascendieron su rol inicial de mostrar y mostrarse. Por otra parte, en una Cumbre Mundial de Editores, organizada por la Global Editor Network, realizada la semana pasada en Hong Kong, se abordó el desafío de los medios tradicionales ante las nuevas formas de interactividad con las audiencias. Como toda innovación, las redes disparan especulaciones diversas. Es en particular interesante analizar su rol de complemento, y hasta eventual sustituto de los medios de comunicación tradicionales. Los adherentes más encendidos pregonan que más temprano que tarde se cobrarán su primera víctima en los diarios de papel, a los que ya dan por difuntos.

“*Si no está en Facebook, no existe*”, dicen los más convencidos, quienes le atribuyen a las redes la virtud de haber cambiado las reglas de la comunicación: ya no hay un medio como emisor exclusivo de contenidos, sino incontables emisores simultáneos, tantos como los usuarios se propongan. La comunicación, dicen, ya no es vertical y lineal, sino horizontal y envolvente.

Del otro lado, presumen que ese alud¹ de mensajes, caótico y anárquico, es más ruido que comunicación.

Más diversidad, siempre bienvenida, que contenidos, imprescindibles para informar y comunicar con sentido. El fenómeno no debería soslayarse, aunque convendría no apresurarse en los pronósticos. Algo es altamente probable, cada vez que se habla de horizontalidad, del cambio de paradigma de la comunicación, del ocaso² de los diarios y con ellos del periodismo tal y como lo conocimos en el siglo XX, ciertos gobiernos y políticos descorchan champán. Es que ese escenario es funcional a la prédica que deslegitima al periodista profesional, a los medios como empresas de noticias y, sobre todo, a la función crítica que le cabe al periodismo en la sociedad, un actor siempre incómodo para el poder.

Oswaldo Pepe, *Clarín*, Buenos Aires, 5/12/2011

¹ Una avalancha.

² La decadencia.