

**BACCALAUREAT PROFESSIONNEL**

**EPREUVE ECRITE DE LANGUE VIVANTE - ESPAGNOL**

**SECTEUR INDUSTRIEL**

**DURÉE : 2 heures**

**COEFFICIENT : 2**

***L'utilisation du dictionnaire bilingue est autorisée***

***L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé***

## LA PROFETA ANTIMARCAS

Desde que tenía seis años, Naomi Klein estaba obsesionada por las marcas y las compras. La volvían loca los brillantes letreros de McDonald's, Texaco o Burger King. Las mayores peleas con sus padres estaban relacionadas con el precio de los vaqueros de diseño.

5 Ahora, sin embargo, a los treinta años esta periodista canadiense es la autora de *No logo*, el libro de cabecera <sup>1</sup> de muchos jóvenes que no se sienten identificados con el capitalismo y las grandes empresas ...

10 Los argumentos de Klein empiezan con las cosas que todos reconocemos : los logotipos son « lo más próximo que tenemos a un idioma internacional » ...La mayoría de los habitantes del planeta pueden identificar el signo de Coca-Cola.

Pero la publicidad hoy no consiste sólo en vender productos sino en vender una marca, un sueño, un mensaje. El objetivo de Nike no es vender zapatillas sino « mejorar la vida de la gente a través del deporte y el ejercicio ». IBM no vende ordenadores, vende « soluciones ».

15 Sin embargo, esta estrategia puede resultar muy frágil. Klein cuenta que Nike en 1992 pagó más a Michael Jordan por representar sus zapatillas de deporte (20 millones de dolares) que a todo el conjunto de sus 30.000 trabajadores indonesios por fabricarlas. Las precarias y espantosas condiciones de trabajo en las fábricas de los países en vías de desarrollo son una de las acusaciones más repetidas contra las multinacionales. Allí se prohíbe hablar y sonreír ; las horas extra son obligatorias y no hay ninguna seguridad de empleo ; los aseos están cerrados a cal y canto <sup>2</sup> excepto en dos pausas de 15 minutos al día.

25 Una táctica de lucha contra los talleres de explotación puede consistir en filmar el asombro de una trabajadora indonesia de Nike cuando se entera de que las zapatillas que ella ha fabricado por dos dólares diarios se venden por 120 dólares en la tienda Nike Town de San Francisco.

30 Al enterarse también un grupo de chicos negros del Bronx, el resultado fue que todos arrojaron todas sus viejas Nike delante de la tienda de Nueva York. Uno de ellos dijo claramente a una cámara de televisión : « Nike, nosotros te hicimos. Nosotros podemos deshacerte ! ».

*Katharine Viner*  
*El País semanal n° 1299, 18/08/2001*

1) Libro de cabecera : livre de chevet

2) A cal y canto : à double tour

<b>TRAVAIL A FAIRE PAR LE CANDIDAT</b>
--

**I - COMPREHENSION : (répondre en français) 12 points**

- 1) Qui est Naomi Klein ? Quel est son combat ?  
Justifiez à l'aide du texte.  
**(2 points)**
- 2) Pour qui et avec quelle intention Naomi Klein a-t-elle écrit son livre « No logo » ?  
**(3 points)**
- 3) Définissez les conditions de travail des ouvriers indonésiens de Nike.  
Pourquoi n'est-il pas concevable que cela se passe ainsi en Europe ?  
**(4 points)**
- 4) Quelle forme particulière l'opposition aux méthodes de Nike prend-elle ?  
**(3 points)**

**II - EXPRESSION : 8 points**1) Compétences linguistiques :

- a) Mettez à l'imparfait de l'indicatif le passage :  
« Allí se prohíbe ... 15 minutos al día ». (lignes 20 à 22)

**(2 points)**

- b) Complétez la phrase suivante en mettant à la forme qui convient les verbes entre parenthèses :

« Allí se prohíbe que (hablar) y (sonreír) ».

**(2 points)**2) Production libre : (répondre en espagnol en une dizaine de lignes)

- ¿ Eres tú también un obsesionado por las marcas ?
- ¿ Qué importancia tienen para ti ?

**(4 points)**