

Corrigé du bac 2018 : Espagnol LV2

Séries S-ES-L – Pondichéry

BACCALAURÉAT GÉNÉRAL

SESSION 2018

ESPAGNOL

Langue Vivante 2

Séries **ES** et **S** – Durée de l'épreuve : **2 heures** – coefficient : **2**

Série **L** langue vivante obligatoire (LVO) – Durée de l'épreuve : **3 heures** – coefficient : **4**

Série **L** LVO et Langue vivante approfondie (LVA) – Durée de l'épreuve : **3 heures** – coefficient : **8**

L'usage des calculatrices et de tout dictionnaire est interdit.

Barème appliqué pour la correction.

Compréhension de l'écrit	10 points
Expression écrite	10 points

I. COMPRÉHENSION DE L'ÉCRIT (10 points)

Contestar en español

DOCUMENTO 1

1. La Coca-Cola crea adicción. Cita dos elementos que muestran los efectos físicos que produce la coca cola en el hombre.

La Coca-Cola crea adicción. Dos elementos muestran los efectos físicos que produce la Coca-Cola en el hombre: "Tenía mucha flojera" (l.6) y "perdía vista" (l.7).

2. Di si esta afirmación es verdadera o falsa. Justifica con una frase del texto.
"Guadalupe Sánchez consiguió dejar la Coca-Cola porque sus amigos lo ayudaron."

Falso, "el médico me dijo que lo tenía que dejar y me dio unas pastillas." (l.11-12).

3. Copia la frase que muestra la particularidad de la comunidad indígena mazahua de San José del Rincón en relación con el agua y la Coca-Cola.

Se nota cierta particularidad de la comunidad indígena mazahua de San José del Rincón en relación con el agua y la Coca-Cola: "hay casas donde no llega el suministro de agua potable, pero en la mesa está fija la botella roja de refresco." (l.15-16).

4. Indica la frase que muestra que los mexicanos son los primeros consumidores de refrescos del mundo.

Los mexicanos son los primeros consumidores de refrescos del mundo: "Según la OMS, los mexicanos son los que más refrescos consumen —163 litros al año" (l.21-22).

DOCUMENTO 2

5. Di si las afirmaciones son verdaderas o falsas. Justifica cada respuesta con un elemento del texto.

- a) En aquellos tiempos, se solía beber Coca-Cola en España.
Verdadero, “En aquellos tiempos la Coca-Cola se estaba difundiendo y promocionando por España” (l.8-9).
- b) La gente de los pueblos compraba la Coca-Cola.
Falso, “iban por los pueblos ofreciéndola gratis a la gente” (l.9).

6. Cita las dos condiciones necesarias para poder beber Coca-Cola, según el cura.

Según el cura, las dos condiciones necesarias para poder beber Coca-Cola son estar libre de pecado (l.12-13) o confesarse (l.13-14).

7. (Filière L LVA uniquement)

Apunta una frase que muestra todo lo que hizo Manuel para poder beber Coca-Cola.

Para poder beber Coca-Cola, Manuel “no sólo le rezaba a la Virgen y al ángel de la guarda, sino también al ratón y al pato, que eran algo así como los enviados del reino divino” (l. 20-21-22).

Répondez en français

DOCUMENTO 1

8. (Correspond à la question n°7 pour les filières S/ES)

Le rapporteur de l'ONU parle de « cocacolorización ». Expliquez ce qu'il veut dire (en 5 ou 6 lignes).

Le rapporteur de l'ONU parle de « cocacolorización » pour décrire un phénomène de grande ampleur, qui se traduit par une diffusion absolue, aussi bien en termes numériques que géographiques. Le suffixe indique une tendance à l'addiction, et peut éventuellement faire penser à une épidémie qui se répandrait, en tout cas à un événement sérieux et grave.

DOCUMENTOS 1 et 2

9. (Filière L LVA uniquement)

Dans quelle mesure les deux documents illustrent-ils la notion “Lieux et formes de pouvoir” ? (en 5 ou 6 lignes)

Les deux documents illustrent la notion « Lieux et formes de pouvoir » car ils montrent d'abord qu'en divers lieux un produit peut être distribué massivement. Ce produit a un pouvoir de fidélisation des consommateurs, s'inscrit dans leur vie de tous les jours. Le pouvoir se fait absolu lorsque de nombreux consommateurs développent une addiction au produit, mais également lorsque le produit supplante l'eau, un élément vital.

II. EXPRESSION PERSONNELLE (10 points)

Il y a trois sujets différents selon la filière du candidat (S, ES, L LVA ou L LVO).

- Les candidats des séries **S-ES** doivent traiter **le sujet 1 ou 2**.
- Les candidats de la série **L LVO** doivent traiter **les sujets 1 et 2**.
- Les candidats de la série **L LVA** doivent traiter **les sujets 1 et 3**.

1. Compara los dos textos explicando cómo se manifiesta la adicción o la atracción por la Coca-Cola (en unas 20 líneas).

DOCUMENTOS 1 et 2

Indications pour la rédaction :

Pour répondre à cette question, il convient de repérer dans les deux documents tout ce qui se rattache à l'addiction ou l'attraction au produit. Les exemples les plus pertinents seront analysés, comparés et utilisés dans le développement. Les deux documents sont à rapprocher, ou leur différence doit être nuancée et expliquée. La réponse sera construite sous la forme d'un paragraphe argumenté, au sein duquel les éléments seront développés et reliés entre eux.

Proposition de correction :

En los dos textos, nadie resiste a la Coca-Cola. Los niños del documento 1 absolutamente quieren deber de esta bebida que aparece como un regalo e incluso un premio para su comportamiento y su actitud religiosa. Por parte de los niños españoles, se puede hablar de una atracción por la Coca-Cola. Manuel, quedándose sin la bebida, piensa mucho en ella y hasta permanece obsesionado. Sin la Coca-Cola, se siente diferente, solo, apartado de los otros y de sus alegrías de infancia.

Sin embargo, en México, la situación sigue siendo bastante diferente. La Coca-Cola es un producto cuyo consumo provoca placer y atracción también, pero eso va más allá; hasta numerosos casos de adicción aparecieron. Eso hace peligrar la salud de millones de habitantes y los lleva a la muerte. Hay que denunciar el hecho de que por muchas partes de ciertos estados el agua falta y la Coca-Cola se impone como bebida de base, lo que por supuesto agrava todos los problemas acarreados por el producto.

Muchas personas como Guadalupe Sánchez necesitaron la ayuda de un médico para sacarse de una situación que les podría resultar fatal.

2. ¿En qué medida podemos relacionar estos documentos con la noción “Lieux et formes du pouvoir”? (en unas 20 líneas).

DOCUMENTOS 1 et 2

Indications pour la rédaction :

Pour répondre à cette question, il convient de repérer dans les deux documents tout ce qui se rattache à la notion « Lieux et formes de pouvoir ». On peut s'aider de certains éléments qui ont déjà été relevés dans les questions de la partie « Compréhension » du sujet. Les exemples les plus pertinents seront analysés, comparés et utilisés dans le développement. La réponse sera construite sous la forme d'un paragraphe argumenté, au sein duquel les éléments seront développés et reliés entre eux.

Proposition de correction :

Los dos documentos ilustran la noción de lugares y formas de poder. Primero, se puede notar que el producto se difunde por todos lados del mundo, por ejemplo gracias a publicidades y distribuciones gratuitas. Eso le permite hacerse conocer por unos importantes grupos de personas. El ejemplo más fuerte es lo de la comunidad indígena mazahua de San José del Rincón, en México, donde resulta difícil hasta encontrar el agua, que es un elemento vital, en comparación con miles de botellas de Coca-Cola disponibles en cada casa y tienda.

El poder se expresa tras esta importancia geográfica, pero también por la importancia y la presencia del producto en la mente de los numerosos consumidores. Se trata de una atracción, de una fidelización. Un producto famoso como la Coca-Cola está conocido por doquier y todos quieren beberlo.

Desafortunadamente lamentamos casos de adicción que pueden llevar a la muerte de miles de personas. Lo todo es el resultado de un fenómeno de toma del poder por parte de una empresa gigante.

3. El texto se centra en la marca Coca-Cola. ¿Te parece que hoy en día las marcas continúan ejerciendo una fascinación? (en unas 20 líneas).

DOCUMENTO 2

Indications pour la rédaction :

Cette question invite à donner son opinion. A la vue du contenu des documents et des questions traitées dans la partie « Compréhension » du sujet, la prise de position attendue est assez évidente ici : oui, il existe aujourd'hui une fascination pour les marques. En prenant cette direction, vous pouvez ainsi plus facilement vous aider du vocabulaire des documents. Néanmoins, si vous estimez la direction contraire, libre à

vous de l'expliquer avec votre propre argumentation. Au final, peu importe l'opinion défendue dans votre rédaction, ce qui sera évalué c'est si votre réponse est correctement rédigée au sein de paragraphes bien développés, et dans une langue de qualité.

Proposition de correction :

A mi modo de ver, las marcas continúan ejerciendo una fascinación a través de las campañas de publicidad, o de las redes sociales que las promocionan. Con las marcas a menudo viene la idea de calidad, de moda y/o de belleza. Cabe decir que las marcas reúnen sumas enormes de dinero cada año, a pesar de sus precios bastante elevados. Existe una atracción, pero también casos de adicción y consecuencias absolutamente peligrosas.

Sin embargo, se vocean oposiciones en contra de ciertas marcas y eso puede reducir su influencia. Campanas internacionales, nacionales o por parte de asociaciones denuncian por ejemplo el exceso de azúcar que causa numerosos casos de diabetes. Así, muchas marcas aparecen como culpables de difundir un modo de vida peligroso. Es, por instancia, el caso de Coca-Cola.

Por otro lado, el aumento del desarrollo de la venta de productos de moda con precios bajo ha llevado a asociaciones a denunciar marcas por las condiciones de trabajo de sus empleados. Aquí, los culpables designados son los líderes de la distribución de ropa o zapatos que contratan a empleados en Asia.