

Nature de l'épreuve, objectifs, conseils aux candidats, bibliographie

I . Conseil aux candidats

Les sujets sont des sujets d'actualité. Ils peuvent être d'ordre culturel, économique, politique, sociétal, etc.

Ils sont le plus souvent de caractère général et concernent le monde, l'Europe et ses relations, avec l'Espagne et/ou l'Amérique latine. Les questions abordées peuvent se rapporter à une réalité précise du monde hispanophone (un homme politique, une entreprise, un événement, les délocalisations, le tourisme, l'immigration, etc.), mais aussi aborder un sujet sous un angle bien plus général dans le cadre des relations franco-espagnoles ou franco-hispano-américaines (i.e. politiques de coopération dans le domaine de la Recherche et du Développement : forces/faiblesses, divergences/convergences, historique des relations, etc.).

Les concepteurs s'efforcent de faire en sorte que les sujets ne soient ni trop spécialisés, ni trop techniques, ni sulfureux, ni ennuyeux (même s'ils savent qu'il est impossible de contenter tout le monde !) et que le lexique soit accessible à la grande majorité des candidats qui, rappelons-le, ont **volontairement** choisi de prendre l'espagnol parmi les seize épreuves au choix proposées.

Nous conseillons aux candidats de s'entraîner pour respecter la longueur des textes qu'ils ont à produire. Trop courts ou trop longs, ils seront pénalisés. **Une synthèse de s'improvise pas à la dernière minute.**

Il est fortement déconseillé de faire de la paraphrase au lieu d'une synthèse. Une lecture (et relecture) approfondie des textes, ainsi qu'une prise de recul par rapport à leur contenu sont les conditions sine qua non pour pouvoir prétendre à réaliser de bonnes synthèses.

La synthèse à partir d'un texte en français est celle qui pose le plus de problèmes formels car il faut trouver les mots justes dans la langue cible. Ce n'est en aucun cas un exercice de thème. Néanmoins, tout candidat averti retrouve facilement la plupart des mots-clés dans le texte en espagnol puisque les deux articles traitent un aspect du même thème sous un éclairage différent.

Concernant le fond, certains candidats oublient qu'une synthèse se base sur les principes suivants :

- lire **attentivement** le document pour en faire une analyse rigoureuse,
- distinguer l'essentiel de l'accessoire,
- reproduire les mots-clés (pas de recopiage in extenso de passages du texte !),
- proscrire les commentaires personnels,
- respecter les consignes quant à la longueur exigée,
- supprimer les exposés introductifs du genre : *"El texto que voy a sintetizar está sacado del muy famoso periódico español... en fecha de..., y en una primera parte voy a tratar el tema de..."*.
- enchaîner logiquement les idées... Et c'est là que le bât blesse...

A ce sujet, voici une liste des enchaînements les plus courants qui peut s'avérer utile. S'il ne faut pas en abuser, il convient cependant de les connaître pour les employer correctement.

Les connecteurs logiques

Ces connecteurs sont très utiles car ils permettent de ne pas livrer pêle-mêle vos idées, mais bien au contraire de les structurer afin que l'ensemble, écrit ou oral, soit plus cohérent. Faites-en bon usage !

a) Les marqueurs déductifs

- así es que / dado que / de ahí que / de hecho / en efecto / por consiguiente / por eso / por lo tanto / porque / puesto que / pues / ya que, etc.

b) Les marqueurs énumératifs

- 1^{re} idée : ante todo / en primer lugar / para empezar / por un lado / por una parte / primeramente / primero, etc.
- 2^e idée : a continuación / además / después / en segundo lugar / por otra parte / por otro lado / segundo / también, etc.
- 3^e idée : en último lugar / finalmente / para terminar / por fin / por último / tercero, etc.

c) Les marqueurs restrictifs

- ahora bien / a no ser que (+ subjonctif) / a pesar de / aun cuando / aun si / aunque (+subjonctif = même si) / excepto / no obstante / por mucho que (+ subjonctif) / salvo / sin embargo, etc.

d) Les marqueurs adversatifs

- a diferencia de / al contrario / aunque (+ indicatif = bien que) / en cambio / en comparación con / mientras que / sino / sino que, etc.

e) Les marqueurs conclusifs

- al fin y al cabo / en conclusión / en definitiva / en resumen / en resumidas cuentas / para concluir / total, etc.

Quant à l'exercice de production libre (parfois oublié parce que le libellé se trouve au verso de la page 4 !), le jury est sensible à des prises de positions personnelles du candidat par rapport au sujet rédactionnel qui ne saurait être un plagiat des textes à synthétiser. Il convient d'éviter les banalités affligeantes, les lieux communs, le propos creux, les contrevérités.

Enfin, il est inutile de préciser que la langue doit être soignée : respect de la syntaxe, de l'orthographe, de la ponctuation, des majuscules. Une copie bien présentée, à l'écriture lisible, prédispose déjà le correcteur à émettre un avis favorable.

II . Bibliographie

Nous conseillons aux candidats de lire la presse dans les deux langues (*Le Monde, Le Point, Le nouvel Observateur, L'Express, Les Echos... El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, Actualidad Económica...*) et de consulter des sites Internet.

Quelques références :

- *Le thème lexico-grammatical en fiches* (Ellipses, 2007)
- *Précis de grammaire espagnole. Avec exercices et thèmes grammaticaux* (Ellipses, 2008)
- *Civilisation espagnole et hispano-américaine* (Hachette Supérieur, 2008)
- *Mémento bilingue de civilisation. Le monde hispanique contemporain* (Bréal éditions, 2009)
- *Lexique espagnol en 22 grands thèmes d'actualité* (Ellipses, 2011)

ESPAGNOL

Sur la Learning Box, sont disponibles : le public concerné par l'épreuve, la méthode, le programme de révision, la bibliographie et les annales des concours précédents.
Accès via votre espace candidat sur www.passerelle-esc.com

► DURÉE : 2 HEURES

Aucun document n'est autorisé.

SUJET

L'épreuve comprend TROIS PARTIES, chacune étant notée sur 20.

I. SYNTHÈSE EN ESPAGNOL D'UN DOCUMENT RÉDIGÉ EN ESPAGNOL

(150 mots \pm 10 %. Tout manquement à ces normes – par excès ou par défaut – sera sanctionné).

Un informe describe el futuro que esperan los jóvenes españoles. Y no pinta nada bien

Los jóvenes españoles de 16 a 24 años no perdonan a los responsables de la crisis. Y aunque contemplan el contexto social en el que viven con un marcado escepticismo –lo califican de injusto, inestable o incierto, entre otras cosas– que les hace ser conscientes de las dificultades a las que se enfrentan, cada vez son más los que apuestan por actitudes de compromiso social y activo, convencidos de que «la política no es solo cosa de los políticos».

Éstas son algunas de las principales conclusiones de la investigación «Jóvenes y valores sociales» realizada por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, un centro privado e independiente creado por la FAD (*Fundación de Ayuda contra la Drogadicción*) gracias al apoyo de Banco Santander y Telefónica.

Los jóvenes españoles culpan a las generaciones anteriores de la crisis que desde 2008 ha impactado en numerosos aspectos de su vida ; la educación, el laboral e incluso el familiar. Ante la idea, que se repite recurrentemente, de que «hemos vivido por encima de nuestras posibilidades», los jóvenes señalan que fueron otros (los poderosos, los gobernantes, el mercado...) quienes posibilitaron la debacle. Desde el discurso mayoritario, despojan de culpa a la ciudadanía «de a pie», más aún a los jóvenes, a los que se ve como sujetos dependientes.

En definitiva, ahora cada vez más jóvenes sienten que también es cosa suya intervenir, opinar o actuar en el escenario colectivo. Pero no les satisfacen las vías tradicionales y buscan nuevas alternativas, fundamentalmente a través de las nuevas tecnologías. Evidentemente no todas las personas viven igual la crisis; las diferentes situaciones de necesidad marcan de forma esencial las expectativas, y la clase social resulta una variable determinante.

Asumen que casi con certeza les tocará vivir una vida *low cost*, una vida en precario, y se resignan a la pérdida de no pocos derechos civiles y sociales de la ciudadanía. Para salir de esta situación, los jóvenes contemplan dos vías de enfrentamiento: la normalizada y la alternativa. De forma mayoritaria, los jóvenes siguen apostando por una vía tradicional y siguen intentando construir su proyecto vital en torno a los mismos elementos que antes de 2008: Estudios, trabajo, hogar, familia, etc. Pese a la dificultad para alcanzarlos, tales elementos siguen dando forma a las expectativas, construyendo una opción casi única, cuando menos normalizada. Circunstancia que provoca una dualidad en la que es complicado encontrar el equilibrio: no debo salir del camino natural, pero las circunstancias me impiden recorrerlo en buenas condiciones.

Sin embargo, una minoría –pero que ha crecido exponencialmente en los últimos años– subraya la necesidad de salirse del terreno marcado creando un orden nuevo, y reinventando las oportunidades. Los jóvenes reivindican el sentido del esfuerzo y la honestidad como medio de ennoblecer la vida y de, al menos en teoría, corregir los antiguos errores que condujeron al país a la situación de grave crisis.

En una coyuntura en la que se hace evidente que hay mucho por lo que protestar, la mayoría de jóvenes asume que el valor rebeldía es más necesario que nunca, aunque muchos parecen asumir que el miedo puede convertirlo en impracticable.

En cuanto a las estrategias, a pesar de constatar el incumplimiento del contrato social implícito, los jóvenes siguen considerando la educación y la formación como las mejores opciones para la integración laboral. Además, asumen la necesidad de adaptar las expectativas a corto plazo, y de mostrar una actitud flexible y abierta frente a las exigencias contractuales. En esta tesitura, el riesgo es que se den por perdidos derechos civiles y sociales.

Ante la evidencia de que la sociedad y los adultos se han equivocado, señalan lo injusto que resulta despojarles de su derecho a equivocarse también, para con ello poder aprender de los errores y madurar.

El Confidencial 10/10/2014

II. SYNTHÈSE EN ESPAGNOL D'UN DOCUMENT RÉDIGÉ EN FRANÇAIS

(150 mots ± 10 %. Tout manquement à ces normes – par excès ou par défaut – sera sanctionné).

La guerre du café aura-t-elle lieu en Colombie ?

De grandes marques internationales ont décidé de s'aventurer dans le marché de ce fleuron national.

À quelques semaines d'intervalle, deux grands noms du secteur, Starbucks et Nespresso, ont débarqué dans le pays latino-américain de 47 millions d'habitants, attirés par une croissance économique toujours plus forte (6,4 % au premier trimestre de cette année). « La bonne passe économique, l'augmentation du nombre de Colombiens voyageant à l'extérieur et d'étrangers se rendant en Colombie, cela fait que la Colombie est plus exposée qu'avant aux marques connues mondialement », a expliqué à l'AFP Monica Acosta, responsable locale du marketing pour Nestlé, propriétaire de Nespresso.

« Une grande opportunité », mais aussi un risque sérieux, car les «marques locales n'ont cessé de gagner du terrain », admet Mme Acosta.

Avec une production de 11,5 millions de sacs de 60 kilos l'an dernier, la Colombie est, avec le Brésil et le Vietnam, l'un des principaux exportateurs au monde de café. Et la consommation s'envole, +2,7 % entre 2010 et 2013, selon une étude financée par le secteur.

Les nouvelles marques l'ont en tout cas compris. Il vaut mieux ne pas froisser les producteurs de cafés colombiens, qui ont en outre multiplié récemment les conflits sociaux afin de garantir leurs revenus, menacés par la versatilité des cours internationaux.

Les acteurs étrangers ont ainsi promis qu'ils se fourniraient auprès des cultivateurs locaux.

« 100% du café filtre, des expressos et des paquets de café servis et vendus en Colombie seront passés par une torréfaction en Colombie », a indiqué la compagnie

Starbucks dans un communiqué.

De son côté Nespresso souligne que « 80 % de leurs capsules sont remplies de café d'origine colombienne ».

Affronter une institution nationale

Reste encore à affronter une institution, la chaîne Juan Valdez, née il y a plus de 10 ans, et ses 194 boutiques en Colombie. La marque locale est célèbre pour son emblème éponyme, le visage d'un « cafetero » moustachu accompagné de sa mule « Conchita ». Ce personnage créé dans les années 50 est devenu un emblème national, mais aussi une marque utilisée pour promouvoir à l'étranger le café colombien réputé pour la saveur de son arabica.

Les consommateurs « voient Juan Valdez comme leur drapeau. C'est une marque qui représente beaucoup d'émotion et un lien fort avec eux », prévient Alejandra Londoño, vice-présidente internationale de Procafécol, propriétaire de Juan Valdez.

Toutefois, la société colombienne « va accuser une perte de marché, ce qui devait arriver tôt ou tard », précise à l'AFP Eduardo Sarmiento, directeur du Centre d'études économiques de l'école d'ingénierie Julio Garavito à Bogota. Si les bénéfices de Juan Valdez ont totalisé 20 millions de dollars depuis l'ouverture de sa première boutique, la marque colombienne ne constitue pas la planche de salut des « cafeteros » et il est peu probable qu'ils se mobilisent pour partir à sa rescousse.

« L'activité dominante, ce n'est pas la distribution interne, mais la production des grains » et « la part (de revenus) qui vient de la commercialisation du café, la vente directe au public, est très faible », signale M. Sarmiento. Alors que les exportations ont dépassé l'an dernier les 10 millions de sacs, selon la fédération nationale des producteurs, la vente pour la consommation interne n'a concerné qu'un million et demi de sacs.

Le Point 3/07/2014

III. PRODUCTION LIBRE EN ESPAGNOL

(200 mots ± 10 %. Tout manquement à ces normes – par excès ou par défaut – sera sanctionné).

« *La crisis ha cambiado la mentalidad de los jóvenes españoles* » Los jóvenes españoles describen el presente como inestable, incierto e injusto y consideran que el esfuerzo, la honestidad, la rebeldía son valores necesarios y que formarse aunque no es una garantía, sigue siendo la mejor estrategia de futuro.

Según usted, ¿la crisis económica ha cambiado de forma radical los valores de los jóvenes en Europa?

Justifique su respuesta.