

PROVES D'ACCÉS A FACULTATS, ESCOLES TÈCNIQUES SUPERIORS I COL·LEGIS UNIVERSITARIS
PRUEBAS DE ACCESO A FACULTADES, ESCUELAS TÉCNICAS SUPERIORES Y COLEGIOS UNIVERSITARIOS

CONVOCATÒRIA DE _____ CONVOCATORIA DE _____

MODALITAT DEL BATXILLERAT (LOGSE): Totes
MODALIDAD DEL BACHILLERATO (LOGSE): Todas

IMPORTANT / IMPORTANTE

1r Exercici 1º. Ejercicio	Anàlisi de Text VALENCIÀ Análisis de Texto VALENCIANO	Comuna Común	90 minuts 90 minutos
Barem: / Baremo: <u>Comentari crític: 7 punts / Qüestions: 3 punts</u>			

A) Realitza un comentari crític del text que t'adjuntem

B) Tria dues de les qüestions següents:

1. Busca al text un sinònim de “metro” (línia 1). Explica en què consisteix la relació de sinonímia i busca al text un altre exemple de sinonímia entre dos mots.

2. Explica quins processos de formació de nous mots han originat els mots “parisenc” (línia 8), “ecologistes” (línia 19) i “repintar” (línia 8). Després escriu per a cadascun d'aquests mots un altre exemple que continga el mateix morfema derivatiu.

3. Transforma les estructures següents seguint les indicacions que et donem:

- Transforma el SP que apareix entre claudàtors en una oració causal
“Les actuacions dels antipublicitat són cada cop més arriscades [SP a causa del reforçament de la vigilància i de la imposició de fortes multes]”
- Transforma el SP que apareix entre claudàtors en una oració de relatiu
“Activistes del moviment antiglobalització [SP en lluita contra la comercialització de la cultura]”
- Transforma l'oració que apareix entre claudàtors en un SN
“Però quin tant per cent de la recaptació obtinguda per la publicitat es destina a [o millorar el servei]?”

4. Escriu una paraula amb el mateix significat per a cadascun dels mots següents:

- Internet (línia 5)
- farts (línia 7)
- enginy (línia 18)

PROVES D'ACCÉS A FACULTATS, ESCOLES TÈCNIQUES SUPERIORS I COL·LEGIS UNIVERSITARIS
PRUEBAS DE ACCESO A FACULTADES, ESCUELAS TÉCNICAS SUPERIORES Y COLEGIOS UNIVERSITARIOS

La revolta dels “antipub” al metro de París

S'estén per tot el metro de París, per totes i cada una de les parades del transport metropolità per excel·lència, un aire de revolta contra la publicitat (coneguda col·loquialment com *la Pub*). Joves disposats a desafiar amb pinzells, pintura negra i marcadors l'omnipresència de la publicitat en les catacumbes de la ciutat. Cada cop més

5 nombrosos, els activistes organitzen les trobades de lluita a través d'Internet, en les pàgines electròniques de les Brigades Anti-Pub i Stopub. Lluiten contra el que creuen un símbol del liberalisme capitalista. Per això, farts dels anuncis, han declarat la guerra a la *pub* i estan disposats a repintar tots els cartells de publicitat de totes les estacions de totes i cadascuna de les línies del metro parisenc. Així doncs, l'ofensiva dels divendres a la nit

10 dels mesos de novembre, desembre i gener ha estat només un principi d'un fenomen que es preveu que anirà a més.

El moviment no es limita sols a París: les ciutats d'Amiens i Grenoble són altres fronts dels *antipub*. Tampoc la publicitat al metro de la capital de Bèlgica, Brussel·les, s'escapa de les pintades d'un moviment en plena efervescència que ja es compta per centenes de

15 joves. L'aire de lluita ha pujat fins i tot a l'esfera superior, la publicitat als carrers i als cinemes són també nous blancs.

Fa uns dies, el suplement setmanal del diari francès *Le Monde* feia una radiografia d'aquests joves en revolta. Uns joves que amb enginy i creativitat atempten contra els cartells anunciadors: feministes indignades amb la imatge oferta de la dona; ecologistes

20 contra la societat consumista actual; detractors del menjar ràpid, activistes del moviment antiglobalització en lluita contra la comercialització de la cultura... tots formen un mosaic unit per un sol i únic objectiu: posar fi a la publicitat. Per altra banda, les empreses de publicitat han començat també la batalla per aturar les agressions que estan patint els seus cartells anunciadors. Les actuacions dels antipublicitat són cada cop més arriscades a

25 causa del reforçament de la vigilància i de la imposició de fortes multes. A més, són contraatacades per una brigada de neteja que s'esforça a tapar ràpidament les pintades.

La corporació publicitària de la RATP, empresa responsable dels transports metropolitans de París, intenta aturar uns atacs que comporten una despesa molt elevada per a la companyia i que creuen també negativa per al manteniment i la modernització dels

30 mitjans. Però quin tant per cent de la recaptació obtinguda per la publicitat es destina a millorar el servei? Això es pregunta el moviment antipub per contrarestar les acusacions de la corporació publicitària de la RATP.

Núria Ferragutcasas. *El Punt*, 22-02-2004