



## Compréhension de l'oral

En rendant compte en français du document, vous montrerez que vous avez compris :

- le thème principal et le type du document ;
- l'identité des personnes ;
- les informations qui sont données ;
- la fonction et la portée du document.



vidéo

«Graffiti y publicidad se unen para crear gran museo de arte urbano en Bogotá», Agencia EFE, 19/09/2013.  
(Extrait nécessaire à l'épreuve : du début jusqu'à 1'35")

[LLS.fr/ETSujet3](http://LLS.fr/ETSujet3)

## Compréhension de l'écrit

Vous répondrez en espagnol aux questions suivantes.

1. Destaque el tema principal del documento.  
→ **Texte**
2. Explique las ventajas y desventajas para un artista de trabajar en una publicidad.  
→ **Texte**
3. Según Carlos Ruiz Zafón, un artista trabaja en la publicidad sólo para ganarse la vida. Diga si es verdadero o falso, justificando con el texto.  
→ **Texte**
4. El trabajo publicitario es complicado. Demuéstrelo, apoyándose en elementos precisos. → **Texte**
5. Demuestre que se puede considerar a los graffitis como un arte al servicio de la publicidad. → **Vidéo, texte et iconographie**

## Expression écrite

Vous traiterez en espagnol l'un des deux sujets suivants au choix.  
Répondez en 120 mots au moins.

### Sujet A

¿Piensa usted que puede ser beneficioso para un artista trabajar en la publicidad? Justifique su respuesta con argumentos y ejemplos concretos.

### Sujet B

Explique cómo la foto y el último párrafo del texto se relacionan con la noción «Arte y poder».

El mundo de la publicidad depara<sup>1</sup> muchas sorpresas. Quizá por ello haya un amplio elenco<sup>2</sup> de personajes famosos que, antes de destacar en la disciplina artística que les ha granjeado<sup>3</sup> el éxito, fueron publicistas. Estrellas cinematográficas de la talla de Alan Parker, Ridley Scott, David Fincher, Michel Gondry, Alejandro González Iñárritu o Fernando Meirelles trabajaron en agencias y productoras de publicidad como paso previo a tocar la cima como directores de cine. [...]

Otros escritores de fama mundial como Ernest Hemingway o Stephen King escribieron guiones y, por supuesto, idearon los eslóganes de importantes marcas de manera ocasional, sin llegar a estar a sueldo<sup>4</sup> de las agencias. Así fue como empezó el actor Brad Pitt, que se convirtió en «el hombre del pollo» para promocionar un restaurante mexicano. La lista de famosos seducidos por la publicidad es enorme.

10 En España quizá los casos más llamativos de trabajos por encargo sean los de Dalí, que diseñó el logotipo de la marca Chupa Chups en 1969, una obra que la compañía solo se ha atrevido a modernizar desde entonces; y el de Miró, que hizo lo propio para Turismo de España en 1983. Pero los ejemplos de famosos que antes de triunfar se echaron en los brazos de la publicidad son muy numerosos. Para el fotógrafo Joan Fontcuberta, uno de ellos, la explicación viene de lejos. «En los años veinte y treinta del pasado siglo, el arte de vanguardia y la publicidad se confunden y de su experimentación estética surge la innovación», asegura. En ese momento, continúa, la mayor creatividad artística procedía de la publicidad. [...]

El escritor Carlos Ruiz Zafón, que acaba de publicar *El laberinto de los espíritus* (Planeta), opina algo parecido: «La publicidad te fuerza a manejar muchas herramientas que pueden ser útiles en cualquier forma de expresión narrativa, sea literatura, cine...». El afamado autor trabajó de joven en agencias como Tandem DDB, Ogilvy & Mather, McCann Erickson, Lorente..., en algunas de ellas como director creativo. «Pero solo para ganarme la vida mientras encontraba el modo de hacerlo como escritor, que era lo que había querido desde niño». Ruiz Zafón se siente afortunado porque vivió en el mundillo de la persuasión en la segunda parte de los ochenta, «antes del gran batacazo de 1992, que es cuando creo que la publicidad empezó a cambiar para siempre. Eran años de excesos, de demasiado dinero, pocos escrúpulos, mucho movimiento...».

El trabajo publicitario es duro (y ahora no está tan bien remunerado como en la época a la que se refiere Zafón, se apresura a decir Carlos de Javier, director creativo de Contrapunto Barcelona). Muy esclavo, muy intenso..., es una actividad que quema bastante porque no es libre, según Julio Alard, profesor de la materia en ESIC, de ahí que lo habitual es que los famosos se dedicaran a ella de jóvenes o poco tiempo. Aunque hay ejemplos de labores prolongadas, como la de Pau Donés, líder del grupo Jarabe de Palo; o la de la directora de cine Isabel Coixet, o el dibujante Jordi Labanda, o el escritor Jesús Carrasco, por poner ejemplos. Ellos y muchos más fueron cautivados por la publicidad.

Carmen Sánchez-Silva, «Artistas y famosos que se rindieron al mundo de la publicidad», *El País*, 2017.

1. reserva 2. lista 3. attirer 4. être au service



Grafiti Chupa Chups representando la marca española.