

# e



Diplomas de  
Español como  
Lengua  
Extranjera

## DIPLOMA DE ESPAÑOL. NIVEL INTERMEDIO

16 de noviembre de 2007

☐☐☐ PRUEBA 1 COMPRENSIÓN DE LECTURA

☐☐☐ PRUEBA 2 EXPRESIÓN ESCRITA

Las **Hojas de Respuestas** serán corregidas mediante un sistema automatizado de lectura, por lo que es necesario que tenga en cuenta las siguientes

## INSTRUCCIONES PARA EL CANDIDATO

1. Marque solamente una opción de las 2, 3 ó 4 que se le ofrecen en cada caso. Fíjese en el ejemplo:

1  A  B  C  D

2  A  B  C  D

2. Si en su **Hoja de Respuestas** aparecen marcadas dos opciones en una misma pregunta, ambas quedarán automáticamente anuladas. La pregunta 1 del ejemplo siguiente será considerada nula porque se han realizado marcas sobre dos opciones:

1  A  B  C  D

2  A  B  C  D

3. Al marcar las **Hojas**, rellene completamente el espacio de la opción elegida, conforme se muestra en el primer ejemplo. Serán invalidadas marcas como las que aparecen en el ejemplo siguiente:

1  A  B  C  D

3  A  B

2  A  B  C  D

4  A  B  C

4. A la hora de rellenar el cuadro correspondiente al NÚMERO DE INSCRIPCIÓN DEL CANDIDATO fíjese en LAS CUATRO CIFRAS FINALES DE SU NÚMERO DE INSCRIPCIÓN. Si, por ejemplo, es el 0023, escríbalo primero en los cuatro espacios en blanco situados en la parte superior de la caja. Después marque el primer número (0, en el ejemplo) en la caja correspondiente de la primera columna vertical de números; a continuación, el segundo número (0 en el ejemplo) en la caja correspondiente de la segunda columna vertical de números; seguidamente, el tercer número (2 en el ejemplo) en la caja correspondiente de la tercera columna vertical de números; finalmente, el cuarto número (3, en el ejemplo) en la caja correspondiente de la cuarta columna vertical de números. Fíjese en el ejemplo:

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN  
DEL CANDIDATO

0	0	0	0
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	1	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	2	2	2
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	3	3	3
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	4	4	4
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	5	5	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	6	6	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	7	7	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	8	8	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	9	9	9
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN  
DEL CANDIDATO

0	0	2	3
0	0	0	0
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	1	1	1
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	2	2	2
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	3	3	3
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4	4	4	4
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	5	5	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	6	6	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	7	7	7
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	8	8	8
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	9	9	9
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Hoja en blanco

e



Hoja en blanco

e



**Instrucciones**

A continuación encontrará usted cuatro textos y una serie de preguntas relativas a cada uno de ellos.

Hay dos modalidades de pregunta:

Primer tipo:

- a) Verdadero.
- b) Falso.

Segundo tipo. Selección de una respuesta entre tres opciones:

- a) ...
- b) ...
- c) ...

Marque la opción correcta en la **Hoja de Respuestas Número 1**.



## Texto 1

## PROGRAMA APRENDICES

El *Programa Aprendices*, administrado por el Servicio de Capacitación de Chile, es un proyecto que tiene el objetivo de fomentar y apoyar la contratación de jóvenes para que aprendan un oficio. En concreto, ofrece una bonificación mensual por cada aprendiz contratado durante los primeros doce meses de vigencia del contrato. Este beneficio tiene como finalidad financiar los costos de formación de los aprendices en la empresa.

Esta iniciativa consta de dos etapas centrales que funcionan de manera paralela. La primera es la *Formación en el oficio* y corresponde al trabajo o tareas que desempeña el aprendiz dentro de la empresa bajo la supervisión de un maestro-guía.

La segunda etapa se denomina *Enseñanza relacionada* y corresponde a la formación que recibe el aprendiz a través de cursos, con la finalidad de desarrollar sus habilidades y mejorar sus posibilidades de empleo. Los cursos deben realizarse durante la jornada laboral del aprendiz, en alternancia con la formación del oficio. Los contenidos de estos deberán tener relación con la actividad principal que realice el aprendiz en la empresa.

En el contrato de aprendizaje el aprendiz se compromete a prestar servicios a un determinado empleador a cambio de una remuneración. Este documento acredita el vínculo laboral entre la empresa postulante y el aprendiz. Este contrato se caracteriza por ser a plazo fijo, lo que implica que tiene una duración máxima de extensión, que en este caso es de dos años, en tanto que el período mínimo del contrato de aprendizaje asciende a seis meses.

Al concluir el contrato la empresa entregará al aprendiz un certificado de aprendizaje por el oficio o actividad principal que realizó.

Las empresas que deseen participar en este programa tendrán que inscribirse previamente en el Registro de Entidades Receptoras de Fondos Públicos. Tras presentar los antecedentes, las empresas deberán esperar diez días hábiles para conocer los resultados de la postulación. Esta notificación se realizará vía carta certificada.

Los jóvenes que soliciten este programa han de ser mayores de 15 años y menores de 25 y estar en proceso de búsqueda de empleo. Las personas entre 15 y 18 años podrán acceder al programa si acreditan haber terminado su educación básica o media o estar cursando alguna de estas durante la vigencia del contrato.

(Adaptado de *El Mercurio.com*. Chile)

## PREGUNTAS

1. Según el texto, el *Programa Aprendices* ofrece a los jóvenes empleados una bonificación mensual.
  - a) Verdadero.
  - b) Falso.
2. En el texto se dice que los aprendices deben asistir a cursos de formación después de terminar su jornada laboral.
  - a) Verdadero.
  - b) Falso.
3. Según el texto, las empresas deberán contratar a los jóvenes aprendices al menos durante medio año.
  - a) Verdadero.
  - b) Falso.



## Texto 2

## FOTOGRAFÍAS DE ESCRITORES COLOMBIANOS

Ayer fue inaugurada en Madrid la exposición fotográfica *Cuarenta escritores colombianos*. En esta exposición, el fotógrafo colombiano Jorge Mario Múnera recoge los rostros de los escritores del momento, ejemplos de la diversidad y el colorido cultural de Colombia.

El artista reconoce que lleva toda la vida preparándose para fotografiar a escritores como Héctor Abad, Laura Restrepo, Antonio Caballero, Óscar Collazos o Fernando Vallejo, entre otros, puesto que conoce sus obras desde niño, hecho que le ha permitido acercarse a ellos con conocimiento y con el deseo de plasmar la esencia de cada uno en una imagen en blanco y negro.

Durante dos meses, el fotógrafo de Medellín se colgó su cámara al hombro y trabajó con intensidad y complicidad; pero lo más interesante es que, junto a cada imagen, hay un texto de cada autor escogido por el artista. Estos retratos, calificados por Múnera como «psicológicos», no son solo un claro reflejo de la personalidad de cada uno de los escritores, sino algo más: son una representación de la sociedad colombiana. «Más que cuarenta escritores son cuarenta colombianos, todos ellos con una interesante propuesta que hacer a nuestra sociedad», afirma.

Múnera, Premio Nacional de Fotografía, afirma: «Lo que más me ha sorprendido es la disparidad de escrituras. Es como una corroboración magnífica de esa famosa diversidad colombiana que también podemos encontrar en la literatura. Mundos, temas, estilos tan distintos dan lugar a una literatura increíblemente rica».

La exposición, que ya ha sido vista en varios países latinoamericanos, se enmarca dentro de las actividades con las que Colombia participa como país invitado en la Feria Internacional del Libro que se celebra estos días en Madrid. Se trata del primer acercamiento a la literatura colombiana que se ofrece en la capital española y, para ello, se han organizado también recitales, charlas, lecturas teatrales y firma de libros en los que participarán varios escritores de nuestro país, que viajarán a España durante los próximos días.

La muestra no recoge a todos los escritores colombianos del momento. «Esta es la primera parte de una serie de dos conjuntos de cuarenta escritores», explica Múnera. Su objetivo es realizar otra exposición con el resto de los escritores importantes posteriores al *Boom*. Es lo que Múnera denomina «la generación sin nombre». Y, para completar la escena, ya está pensando en otra fase, dedicada esta vez a los poetas.

(Adaptado de *El Tiempo*. Colombia)



**PREGUNTAS**

4. Según el texto, los escritores retratados por Múnera...
  - a) son contemporáneos.
  - b) son famosos.
  - c) son conocidos suyos.
  
5. Para el fotógrafo, lo más sorprendente de esta exposición ha sido...
  - a) que se ha elaborado en tan solo dos meses.
  - b) descubrir la gran variedad de la literatura colombiana.
  - c) que ha conseguido un premio de fotografía.
  
6. En el texto se dice que esta muestra fotográfica...
  - a) se expone por primera vez.
  - b) tendrá una segunda parte.
  - c) contiene imágenes de poetas.



## Texto 3

## CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD

Muchas empresas basan sus campañas publicitarias en el enfrentamiento con sus competidores. «Nuestro producto es mejor», dicen sus anuncios. Sin embargo, si usted utiliza esta táctica puede ser que no consiga sus objetivos.

Hace un par de años, dos importantes empresas se enfrentaron mediante este procedimiento. Una de ellas lanzó una campaña publicitaria en la que detallaba, punto por punto, por qué sus productos superaban a los de su competidor. La otra empresa contraatacó criticando a su rival. ¿Quién ganó? Nadie.

La publicidad combativa, típica de los mercados maduros, donde los competidores intentan quitarle clientes al otro, suele dar pésimos resultados. La teoría publicitaria tradicional considera que un consumidor al que se le presiona constantemente con anuncios de una determinada marca, al final acaba por convertirse en cliente. Esto es cierto en la mayoría de los casos. Sin embargo, cuando esta presión proviene simultáneamente de dos competidores que se enfrentan mutuamente, el efecto final puede ser el contrario. El consumidor termina convenciéndose de que las dos marcas son igualmente buenas y no siente especial interés por ninguna de las dos. En casos extremos, incluso el consumidor puede llegar a la conclusión más peligrosa: «Las dos marcas son igualmente malas, es mejor no comprarlas».

De esta forma la publicidad combativa, en lugar de atraer al consumidor hacia la marca propia, puede conseguir que el cliente se sienta desinteresado por el producto.

La situación puede ilustrarse con el juego de *tirar de la cuerda*. Cada empresa tira para su propio lado, pero por más fuerza que hagan, en muchos casos no hay ganador. Y, lo peor, gastan fortunas en una publicidad que no modifica la situación: hasta puede empeorarla.

En definitiva, enfrentarse es un error. En muchos casos, la publicidad combativa equivale a consumidores desinteresados y precios bajos para todos los *jugadores* del mercado. Por lo tanto, cuando se trate de diseñar una campaña publicitaria, mejor llevarse bien con el competidor.

(Adaptado de *redaccionmateriabiz.com*. España)



**PREGUNTAS**

7. Según el texto, para que una campaña publicitaria funcione se recomienda...
- a) convencer agresivamente al consumidor.
  - b) no criticar los productos de las marcas rivales.
  - c) comparar el producto con el de las marcas competidoras.
8. Según el autor, los anuncios combativos...
- a) consiguen quitar clientes al competidor.
  - b) dejan indiferentes a los compradores.
  - c) atraen a un mayor número de clientes.
9. El autor del texto opina que la publicidad combativa...
- a) puede perjudicar a la empresa.
  - b) beneficia a los consumidores.
  - c) no necesita grandes inversiones.



## Texto 4

## LAS CHILENITAS

El verano de 1950 fue fabuloso. Ocurrieron cosas extraordinarias. Hubo tal recomposición sentimental en el barrio que todos andábamos aturridos, los enamoramientos se deshacían y rehacían y al salir de las fiestas de los sábados las parejas no siempre eran las mismas que entraron. Pero el hecho más notable de aquel verano fue la llegada a Miraflores, desde Chile, de dos hermanas cuya presencia llamativa y su inconfundible manera de hablar nos dejaron asombrados a todos los mirafloresinos. Y, a mí, más que a los otros.

Una se llamaba Lily y era algo más bajita que la otra, Lucy, a la que le llevaba un año. Yo de Lily me enamoré como un becerro, la forma más romántica de enamorarse y, en ese verano inolvidable, le caí tres veces. La primera, en el cine, y me dijo que era aún muy joven para tener enamorado. La segunda en el parque, y me dijo que, aunque yo le gustaba un poquito, tenía que pensarlo. Y la última en el *Cream Rica* de la avenida Larco y, por supuesto, otra vez que no, para qué me iba a decir que sí ya que estando como estábamos parecíamos enamorados.

Poco a poco mis amigos, pero sobre todo mis amigas, empezaron a hablar mal de las chilenitas. Decían que ellas nunca habían dado una fiesta, ni nos habían invitado a jugar o a tomar el té. Les resultaba sospechoso que Lucy y Lily no nos abrieran las puertas de su casa, pero, aunque hablaban, seguían saliendo con ellas e invitándolas a sus fiestas.

Los misterios relacionados con Lucy y Lily se aclararon inesperadamente en la fiesta de cumpleaños de Marisosa Calderón, una fiesta que quedaría en la memoria de todos los asistentes para siempre.

Todo iba de maravilla hasta que, después de apagar la torta con las quince velitas, todos hicimos cola para darle a la homenajeadada el abrazo consabido. Cuando a Lily y a Lucy les tocó el turno de abrazarla, Marisosa dijo:

—¿Ustedes son chilenas, no? Les voy a presentar a mi tía Adriana, que acaba de llegar de Santiago.

Las cogió de la mano y se las llevó al interior de la casa. Se demoraron una eternidad en volver y, cuando salieron, se marcharon rápidamente de la fiesta. La tía de Marisosa, al oírlas hablar y por las respuestas a la multitud de preguntas que les hizo, descubrió que no eran chilenas. Eran peruanitas, nomás, y habían conseguido engañarnos a todos.

El verano terminó y unos y otros se fueron olvidando de ellas. Pero yo no las olvidé, sobre todo a Lily. Y aunque hayan corrido tanto los años, yo la guardo en la memoria y por eso sigo pensando que aquél fue el verano más fabuloso de todos.

(Adaptado de Mario Vargas Llosa, *Travesuras de la niña mala*. Perú)

**PREGUNTAS**

10. Para el narrador el verano de 1950 fue especial porque...
- a) sus amigos se enamoraron.
  - b) se fue a vivir a Miraflores.
  - c) conoció a Lily.
11. Según el texto, las amigas del narrador...
- a) nunca iban a las fiestas de Lucy y de Lily.
  - b) desconfiaban de las chilenitas.
  - c) insultaban a las recién llegadas.
12. El narrador cuenta que en la fiesta de Marisosa Calderón...
- a) todos se aburrieron.
  - b) Lily y él se abrazaron.
  - c) descubrieron que Lucy y Lily habían mentido.



## Parte número 1: Carta personal

### Instrucciones

Redacte una carta de **150–200 palabras** (15–20 líneas aproximadamente).  
Escoja **solo una** de las dos opciones que se le proponen.  
Escriba la carta definitiva en la **Hoja de Respuestas Número 2**.  
Comience y termine la carta como si fuera real.

### Opción 1

Usted pasó, hace unos años, una temporada en Venezuela y vivió con una familia de la que hace mucho tiempo que no tiene noticias. Escríbeles una carta en la que deberá:

- saludarles y pedir disculpas por no haber escrito antes;
- preguntar por los diferentes miembros de la familia;
- contar qué hace usted en la actualidad;
- despedirse y solicitar una respuesta.

### Opción 2

Usted trabaja en una empresa. Hoy ha visto un anuncio en el periódico sobre un curso de idiomas que le parece muy útil para su trabajo. Escríbele una carta al director de formación de su empresa. En ella deberá:

- identificarse;
- describir el curso que quiere hacer;
- explicar por qué el curso puede ser útil para su trabajo;
- pedirle autorización para asistir al curso.



## Parte número 2: Redacción

### Instrucciones

Escriba una redacción de **150–200 palabras** (15–20 líneas aproximadamente).  
Escoja **solo una** de las dos opciones que se le proponen.  
Escriba la redacción definitiva en la **Hoja de Respuestas Número 2**.

### Opción 1

Todos recordamos algún juego favorito de nuestra infancia. Escriba una redacción en la que deberá:

- decir cómo se llamaba el juego y dónde lo aprendió;
- explicar cómo se jugaba;
- decir con quién solía jugar;
- explicar por qué era su favorito.

### Opción 2

Con frecuencia podemos escuchar que las relaciones de amistad con otras personas a través de Internet son peligrosas y superficiales. Elabore un escrito en el que deberá:

- exponer su opinión a favor o en contra;
- poner ejemplos que justifiquen su opinión;
- hablar de su experiencia personal;
- elaborar una breve conclusión.



Hoja en blanco

e

