
Prova del certificat de nivell

C2

de coneixements de valencià

Nom _____

1r cognom _____

2n cognom _____

NIF/NIE _____

Localitat de la prova _____

Any 2019

Àrees 1 i 2



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Educació,
Cultura i Esport



**JUNTA
QUALIFICADORA
DE CONEIXEMENTS
DE VALENCIÀ**

Instruccions

El quadern d'examen, la plantilla de respostes amb les vostres dades identificadores i el DNI o un altre document d'identificació han d'estar visibles durant tota la prova.

TRASLLAT DE RESPOSTES A LA PLANTILLA

Recordeu: totes les respostes s'han de traslladar a la plantilla.

En la plantilla de respostes, escriviu amb bolígraf blau o negre, i no useu corrector líquid o d'un altre tipus.

Assegureu-vos que el número de pregunta correspon a la del quadern d'examen.

Indiqueu la resposta correcta escrivint una X dins de la casella corresponent. El sistema de correcció no reconeix com a vàlids altres signes (cercles, ratlles, etc.).

- Les preguntes poden deixar-se en blanc o amb una única opció marcada.

	1	2	3	4
1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Si hi ha més d'una opció marcada, la resposta es considerarà un error.

	1	2	3	4
1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Si us equivoqueu i voleu canviar una resposta, ratlleu completament la casella equivocada i marqueu amb una X la nova resposta.

	1	2	3	4
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Si us equivoqueu i voleu recuperar una resposta que ja havíeu anul·lat, feu un cercle al voltant de la casella que considereu correcta.

	1	2	3	4
1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Àrea 1 COMPRESIÓ ESCRITA

Exercici 1 Llig atentament aquest article i trieu la resposta correcta (*a, b, c* o *d*). Tin en compte que, per a cada qüestió plantejada, només hi ha una resposta correcta. El primer enunciat (0) és un exemple.

Bio, halal, kosher... Cal certificar la consciència?

Busquem garanties, també en el vessant espiritual: tot el que ens done seguretat, certesa, malgrat trobar-nos en un àmbit en què les garanties s'escolen com l'aigua entre els dits. ¿Qui ens garanteix el paradís, una vida plena i saludable o una confiança immutable a prova de patiment i dolor?

Exigim garanties perquè també ens les exigeixen: compromís amb uns valors, fidelitat a unes maneres de viure, a una comunitat o a una terra... Mostrar-nos confiats també implica que es pugui confiar en nosaltres, i aquest fil argumental recorre la trama de totes les tradicions religioses. Històricament, aquesta confiança es fonamentava en la paraula, paraula donada i paraula rebuda. Oral o escrita, la sacralitat de la paraula implicava dotar de sentit i garantia una realitat, la vida, la qual, per definició, apareixia sense sentit ni garantia. Per tant, aquesta confiança abstracta en el fet de viure es podia concretar en una confiança palpable i audible, que s'oferia com a intermediària. No obstant això, les pors i les desconfiances tornen a sorgir quan d'aquesta opció mediatritz en fem una finalitat: quan confonem la garantia carregada de misteri que ens proporciona la vida amb una garantia tangible i evident que ens construïm nosaltres mateixos.

Aferrar-nos a una religió i fer-ne una ideologia implica exigir-li el mateix que exigim a qualsevol elucubració mental: que ens servisca, que ens garantisca uns resultats, que ens proporcione un marc seré al qual fugir del que som i no volem admetre. Quan la qüestió religiosa entra, inevitablement, en l'àmbit del consum, aquesta necessitat de garanties es dispara, possiblement perquè no hi actuem tant com a membres d'una comunitat religiosa, sinó com a mers consumidors: pel camí hem perdut serenitat i hem guanyat avidesa, hem oblidat què ens sustenta i hem adquirit les característiques principals d'un actor immers en l'allau comercial: més fràgils, desconfiats i necessitats d'estímul que mai. Seduïts, atrets, desitjosos.

Un exemple caricaturesc d'això el podem trobar en el mes de ramadà que celebra la comunitat musulmana. Temporada per excel·lència de la privació, esdevé sovint un reclam al consum i a l'exaltació de productes. La tensió és evident entre uns cossos que dejunen mentre hi ha llum solar i un sistema econòmic que necessita que no s'ature l'excés: el que *a priori* resultaria una evident prova de resistència a un model consumista depredador, amb milions de persones centrades en els aspectes espirituals i interiors, i deixant durant un mes tota distracció mundana, es converteix moltes vegades en un elogi nocturn al consum desenfrenat. Els productors i comerços ho saben, i fins i tot una coneguda marca espanyola de roba ha llançat una col·lecció "especial ramadà", com també ho fan algunes cadenes de supermercats, bancs i empreses de tot tipus. La possibilitat de reflexionar de manera autocrítica, i de canviar inèrcies o maneres de fer nocives, que ofereixen els dejunis prolongats i altres tipus d'actes devocionals es perden per aquesta identitat consumista cada vegada més arrelada en tot el món. Com si el mer fet de consumir ens garantira que estem vius. Certament, és un consum amb determinada consciència, i l'augment exponencial de les empreses i entitats certificadores en les últimes dues dècades és un exemple més d'aquesta tendència.

L'alimentació, com sempre, és un dels sectors mundials més representatius de la proliferació de certificacions, ja que el camp de batalla d'imposició de les creences s'ha desenvolupat intensament en aquest terreny: aliments prohibits i aliments exaltats, com a prova de no pertànyer a comunitats perseguides, han marcat i estigmatitzat segles de mala convivència amb la diversitat.

Ara el consumidor exigeix garanties, cansat també dels fraus i dels enganys habituals en un sector multitudinari. El productor, per la seua banda, sap que una certificació pot ajudar-lo a vendre més. Garantir que un aliment no té gluten o no té cap component d'origen animal, per exemple, és una tasca concreta i amb poc d'espai per a la discussió, però quan ens trobem davant de certificacions morals tot és més complex: tant la certificació ecològica o de comerç just com les garanties halal (apta per als musulmans) i *kosher* (adient per als jueus) entren en un àmbit molt més ampli i ple de matisos que no sempre estem disposats –consumidors i productors– a admetre. Un terreny en què l'anomenat "consum conscient" va més enllà dels ingredients que componen un producte determinat: hi ha tot un entramat de valors socials, ecològics i espirituals associats a aquell producte que no es pot descartar. El model productiu actual, magnànim, demana pragmatisme i eficiència i, per tant, tendeix a suprimir debats o a eliminar les parts que impliquen un fre o un entrebanc de la productivitat. Les entitats certificadores entren en la lògica del mercat oferint una certificació esbiaixada, més adaptada a les necessitats del productor que no del consumidor: ja no es mira el procés global d'aquell producte i tot el que hi està vinculat, sinó només alguns dels aspectes. Una política reductora que, a la vegada, publicita i exalta la certificació per ella mateixa, jugant amb totes les eines publicitàries per a fer sentir millor el consumidor que opta per aquests tipus de productes certificats.

Així, trobem productes "ecològics" elaborats sense tindre en compte criteris laborals respectuosos, o embolcallats de manera gens sostenible; o carn halal que, si bé ha sigut sacrificada segons estipulen les normes islàmiques, no ha sigut criada seguint les màximes del benestar animal que dicta l'islam. No es tracta de denunciar les entitats certificadores, ja que la seua tasca és important i cada vegada més imprescindible en un món globalitzat i sovint sense escrúpols. Però reflexionar sobre el nostre afany de garanties i la pèrdua d'identitat quan esdevenim mers consumidors passius també és clau perquè aquestes certificacions fonamentades en valors morals i espirituals continuen evolucionant cap a una visió més holística i menys esclava d'una rendibilitat estrictament econòmica aliena al seu impacte social.

0.	<p>Ser fidel als principis d'una religió...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) ens assegura tranquil·litat, però no respon als grans enigmes de la humanitat. b) té una contrapartida: l'intercanvi de seguretats i fidelitats ha de ser recíproc. c) és admetre una paraula sagrada que no tolera interpretacions ni elucubracions. d) demana acceptar les pors i les desconfiances de la vida tangible i mundana. 	
1.	<p>La religió i els valors intangibles configuren marcs mentals de seguretat personal...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) perquè relacionem l'absència de consum amb ritus com el ramadà. b) que ens distancien assossegadament d'allò que refusem en el nostre jo. c) que hem creat paral·lelament per a desafiar el consumisme voraç i la privació. d) als quals ens aferrem quan necessitem bastir una confiança palpable. 	
2.	<p>En el pas de l'àmbit espiritual al del consum...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) abandonem la nostra pau espiritual per passar a un estat de sobreestimulació. b) exigim que es respecten els valors i l'estil de vida de cada comunitat religiosa. c) cal superar les pors que pot provocar l'allau comercial en què estem immersos. d) ens fem més forts perquè substituïm la paraula aliena pel desig personal i únic. 	
3.	<p>En els últims anys ha crescut el nombre d'empreses certificadoras de "consciència"...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) perquè cal aturar la cultura de l'excés de productes sense cap certificació. b) per a frenar els fraus a l'hora de certificar productes associats a costums religiosos. c) per a seguir la tendència certificadora que van iniciar els productes ecològics. d) per a establir un pont entre creences i consum d'aquestes mateixes creences. 	
4.	<p>Certificar els valors socials i espirituals dels productes de consum...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) és un mecanisme que ens protegeix dels enganys d'un mercat fràgil i pragmàtic. b) és la manera com els productors justifiquen la plena garantia d'un producte ecològic. c) supera la simple descripció dels ingredients amb què estan fets els productes. d) ajuda a aturar les pràctiques d'un sistema productiu àvid de benefici econòmic. 	
5.	<p>En un futur, cal garantir les bases i els principis reals de la certificació moral...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) a través de campanyes publicitàries més efectives i menys reduccionistes. b) sobretot del sector de l'alimentació, amb més càrrega de matisos morals i simbòlics. c) i reprovar aquelles empreses que no respecten la normativa d'etiquetatge conscient. d) per a recuperar el paper actiu del consumidor i establir els valors espirituals del mercat. 	

Àrea 2 ESTRUCTURES LINGÜÍSTIQUES

Exercici 2 Completa el text que tens a continuació amb l'alternativa més precisa. Només hi ha una opció vàlida per a cada buit. Fixa't en l'exemple (número 0).

La intensitat de les coses

¿I si descobrírem un denominador comú ètic en aquest temps de gran pluralitat? ¿I si tots estiguérem **(0)** sotmesos, conscientment o no, a una forma de vida similar, que tot ho iguala, que tot ho transforma? Amb aquesta premissa, l'escriptor i filòsof Tristan Garcia ha escrit un llibre anomenat **(6)**, una valuosa reflexió sobre el regne de la intensitat en la nostra vida, somni de la societat liberal occidental. "La societat moderna –explica l'autor– ja no promet als individus una altra vida o la glòria del **(7)**, sinó només el que ja som, més i millor. El que se'ns ofereix com a millor és un desenvolupament dels nostres cossos, una intensificació dels nostres plaers, els nostres amors, les nostres emocions... Una intensificació de totes les promeses modernes **(8)** somiem: intensificació de la producció, del consum, de la comunicació, de les nostres percepcions i de la nostra emancipació".

El més interessant de la reflexió que fa és que no es limita a criticar els valors d'aquest liberalisme occidental, sinó que ens fa veure com l'ideal d'intensitat també ha **(9)** els seus crítics: "Només cal veure discutir **(10)** s'expressen a favor o en contra de la societat liberal, producte de la modernitat, sobre què és allò que hauria de ser intens: la satisfacció de les meues necessitats o el meu compromís incondicional a favor d'una idea".

"La societat de consum i la cultura hedonista venen intensitats de vida, però els activistes més radicals, que **(11)** a aquest tipus de societat, també prometen intensitat, una intensitat no quantificable", diu Garcia, que recorda com l'heroisme revolucionari sempre ha defensat la veritable vida intensa. Aquesta crítica a la "vida normal occidental de baixa intensitat existencial" també és comuna en els moviments culturals, de Rimbaud al surrealisme, de Thoreau al moviment *hippie*... "**(12)** s'expliquen comportaments violents per un misteriós defecte de l'ànima en la societat consumista, incapaç de donar al seu jovent una intensitat de vida suficientment estimulante", continua reflexionant el filòsof. "Els joves que han marxat a la gihad **(13)** a una societat **(14)** i plana, que ja no tenia cap fulgor existencial a oferir-los. De manera que l'ideal d'intensitat no és només propi del món liberal, sinó també dels seus enemics".

Però, ¿com hem arribat fins a aquest punt en què la intensitat s'ha convertit en un valor únic que, com diu Garcia, "governa i orienta l'essencial de la nostra concepció **(15)** podem fer i com hem de ser"? Segons aquest autor, el punt d'inflexió el podem trobar a partir del segle XVIII, quan el fet de jutjar una existència segons un model moral **(16)** conformista o autoritari: "L'emancipació dels individus va desembocar en la intuïció moderna que l'ètica és aquella elaboració que cadascú fa des del seu propi punt de vista. Ja no es jutja el procés d'una existència comparant-la amb una altra, no s'imposa una forma de vida que hauria **(17)** a una altra". A partir d'ací, es produeix una mena d'ètica interior "que s'introdueix en el cor dels individus i que es refereix al valor d'una vida, en què l'únic principi admés és el fet de voler viure intensament.

Havent traçat els orígens històrics d'aquesta intensitat com a valor absolut, Garcia no s'oblida de la irrupció de l'electricitat en l'imaginari occidental, que juntament amb la Revolució Industrial i la idea de progrés preparen el camí per a l'entrada triomfal de la intensitat. "El progrés general de la humanitat s'avaluava **(18)** la intensificació, i el creixement i el progrés semblaven inacabables. **(19)** guien al paradís, indiquen només un desenvolupament racional i l'esperança d'una millora perpètua del món terrenal". "Hem actuat amb el fi de variar, progressar i créixer indefinidament, i aquest ideal ens ha semblat el més just, l'únic acceptable. No suposava relacionar la nostra naturalesa humana amb imatges o idees definitives escrites al cel, sinó reajustar la humanitat **(20)**, intensificant-la".

Una vegada argumentat l'origen i també l'omnipresència d'aquest valor, Garcia també es pregunta si realment és un ideal positiu que ens ajuda a entendre'ns, a relacionar-nos i a respectar no sols el que som, sinó també tot allò que ens sustenta. "¿Un savi de **(21)**, una ment de l'Edat Mitjana, algú de la dinastia Han, un **(22)** de la civilització vèdica a l'Índia, haurien sotmés, com ho fem nosaltres, tots els seus valors (estètics, morals, polítics) al criteri d'intensificació? De cap manera. L'absolut, l'eternitat, la veritat o la simplicitat probablement **(23)** com a criteri final". I encara afegeix, com a conclusió oberta: "Hem heretat una forma de naturalesa humana que sospita d'aquests criteris clàssics i que els ha reemplaçat amb la **(24)** de la intensitat. Però en aquesta idea d'intensitat no hi ha ni salvació ni saviesa. La intensitat que ens ho promet tot **(25)** és un programa ètic que murmura a tots els nostres plaers i a totes les nostres penes".

	a	b	c
0.	sotsmesos	sotmesos	sommesos
6.	" <u>La vida intensa</u> "	La vida intensa	<i>La vida intensa</i>
7.	més enllà	més d'enllà	més ençà
8.	amb què	en què	que
9.	fonamentat	capficat	basat
10.	qui	els qui	els quals
11.	s'oposen	se n'hi oposen	s'hi oposen
12.	Fins i tot	Amb tot	Tot i això
13.	han obert els braços	han obert els ulls	han donat l'esquena
14.	lúgubra	lúgubre	lugubrenca
15.	del què	de que	del que
16.	va devindre	va devenir	va esdevindre
17.	d'assemblar-se	de semblar-se	d'assemblar
18.	d'acord a	d'acord amb	d'acord en
19.	Ni un ni l'altre	Ni un ni altre	Ni l'un ni l'altre
20.	amb ell mateix	amb ella mateixa	amb si mateix
21.	l'antigüetat	l'antigüitat	l'antiguitat
22.	brhama	bramà	braman
23.	haurien guanyat	haguera guanyat	hagués guanyat
24.	fetitxisació	fetitxació	fetitxització
25.	per a hui	hui en dia	hui per hui

Exercici 3 Completa el text que tens a continuació amb l'alternativa més precisa. Només hi ha una opció vàlida per a cada buit. Fixa't en l'exemple (número 0).

Fet a mida

Des de menut m'han **(0)** encisat els àmbits codificats que només ofereixen els seus secrets als iniciats que han adquirit el llenguatge propi d'aquests àmbits. La **(26)** –això és, la disciplina que estudia les banderes–, la navegació a vela, l'etnografia o la tauromàquia, per posar-ne uns quants exemples, m'han ocupat milanta hores de tafanera ociositat. Però m'he mantingut en una ignorància vergonyosa d'un dels que em suscita més curiositat: la sastreria.

No és **(27)**, d'altra banda, si tenim en compte que es tracta d'un món que no fa encara un segle formava part de la **(28)** de la majoria d'homes del nostre país, però que ha passat a ser hermètic per a bona part dels meus contemporanis. Pocs aspectes de la vida material han experimentat una transformació més dramàtica i accelerada que la manera que tenim de vestir-nos. Perquè la roba ha sigut fins a temps molt recents un bé escàs. Si mai us acosteu a un arxiu notarial, podreu descobrir, astorats, l'espai **(29)** que els llegats d'indumentària ocupaven en els testaments dels nostres avantpassats i en els inventaris dels difunts: un gipó vell o un calçó ple de **(30)** tenien prou vàlua per a quedar consignats amb tot detall en els documents.

Els teixits eren una mercaderia preciosa, i confeccionar vestits, un mestratge que es feia pagar; **(31)**, la Revolució Industrial s'alçà sobre la capacitat de produir per primera vegada en la història una cosa i l'altra de manera mecànica i a gran escala. Però la sobreabundància de roba de confecció barata i **(32)** de què hui gaudim (i que patim) és un fenomen molt recent: ma mare recorda que al seu poble, una capital de comarca que a principis de la dècada dels seixanta del segle passat superava **(33)** els deu mil habitants, hi havia tres sastres en actiu. El meu avi era un dels seus clients i no concebia que hi haguera cap alternativa a l'hora de fer-se la roba a mida.

Són les consideracions que m'ocupaven fa unes setmanes quan em vaig decidir a encarregar una jaqueta de *tweed* tallada i cosida a mà, una idea que em rondava **(34)** i que no havia acabat mai de concretar. **(35)** precisament la por d'aventurar-me en una esfera ignota. A més, en desconeixia el lèxic específic i els ritus privatius, i no volia quedar retratat com un **(36)** sense unes nocions mínimes d'estil i d'elegància. Vençudes les prevencions, però, se m'obriren les portes d'un sagrari on es preserven formes antigues de saviesa artesana i de cortesia comercial, alienes a la lògica del consum apressat del capitalisme tardà i, per tant, resistents al seu poder **(37)**.

El periodista Guy Talese descriu amb perspicàcia l'ètica particular de l'ofici quan en les seues memòries parla de son pare, un sastre **(38)** emigrat a Nova York : "Es movia a la velocitat d'un cuc al llarg de la costura d'una mànega. Si res el desviava de la seua definició de perfecció, ho **(39)** de colp i ho refeia.

En aquest gust per la feina ben rematada, en l'ambició d'embellir la vida en totes les seues manifestacions, en la parsimònia com a condició innegociable per a aconseguir-ho i en la **(40)** cap a les dreceres de la tècnica i les seduccions del profit ràpid, hi ha un arsenal d'actituds que ens són útils en tots els ordres de l'existència i ens serveixen per a defensar-nos del setge d'un present de coses cada vegada més seriades i **(41)**.

El gran escriptor i dissident alemany Friedrich Reck, que va ser empresonat a les acaballes del malson nazi per unes arbitrietats **(42)**, lamenta en el seu dietari l'estat en què es troba i el confronta, amb nostàlgia, amb el record "d'aquell vestit tallat per un sastre de Londres que ens rebia com si fórem prínceps regnants". Per a ell, la sastreria clàssica era, **(43)**, el símbol d'una civilitat perduda. Abridat davall de cinc-cents grams de llana verge de les illes **(44)**, comprenc millor per què, enmig d'una realitat que se li esflagarsava pels quatre cantons, el **(45)** els vestigis d'un temps en què cada cosa tenia la seua faicó i mesura justa.

0.	encisat	fruit	frisat
26.	vexillologia	batologia	tautologia
27.	gens estrany	res d'estrany	res estrany
28.	quotidianeïtat	quotidianeïtat	quotidianitat
29.	preminent	preeminent	pre-eminent
30.	sargits	resquills	clevills
31.	no debades	de gaidó	de retruc
32.	estandarditzada	estandaritzada	estandarditzada
33.	de puntetes	amb prou feines	a l'engròs
34.	d'antuvi	a hora horada	d'un temps ençà
35.	M'hi dissuadia	Me'n dissuadia	Em dissuadia
36.	taujà	efebus	somiatruites
37.	anorreant	anorreador	norreador
38.	calabrenc	calabrià	calabrés
39.	espatlava	trencava	desbaratava
40.	mal fiança	malafiança	malfiança
41.	excelses	adotzenades	singulars
42.	qualssevol	qualsevols	qualsevol
43.	a la curta	sense embuts	ras i curt
44.	Hébrides	Hèbrides	Hebrides
45.	connortaven	conortaven	conhortaven

PRIMER COGNOM	NOM	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
SEGON COGNOM	DNI /NIF /NIE	DATA D'EXAMEN
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ESPAI RESERVAT PER AL CAS D'ABANDONAMENT VOLUNTARI

Diligència per a fer constar que l'aspirant abandona voluntàriament la prova a lesh.

Nom i cognoms del responsable d'aula

Signatura del responsable d'aula

Signatura de l'aspirant

ÀREA 1: COMPRESIÓ ESCRITA

EXERCICI 1

1	<input type="checkbox"/> A	<input checked="" type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
2	<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
3	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input checked="" type="checkbox"/> D
4	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D
5	<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input checked="" type="checkbox"/> D

INSTRUCCIONS

- Marca la resposta correcta amb una X.
- Si t'equivoques, has d'emplenar la casella i marcar una nova opció.
- Pots recuperar una resposta anul·lada envoltant-la amb un cercle.

<input checked="" type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	Resposta correcta (A)
<input type="checkbox"/> A	<input checked="" type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	Resposta correcta (B)
<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> C	Resposta correcta (A)

ÀREA 2: ESTRUCTURES LINGÜÍSTIQUES

EXERCICI 2

6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
16	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
17	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
20	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
22	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
23	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
25	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EXERCICI 3

26	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
29	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
33	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
35	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
39	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
40	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
41	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
44	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

INSTRUCCIONS

- Marqueu la resposta correcta amb una X.
- Si us equivoqueu, heu d'emplenar la casella i marcar una nova opció.
- Podeu recuperar una resposta anul·lada envoltant-la amb un cercle.

<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Resposta correcta (A)
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Resposta correcta (B)
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Resposta correcta (A)

Prova del certificat de nivell

C2

de coneixements de valencià

Nom

1r cognom

2n cognom

NIF/NIE

Localitat de la prova

Any 2019

Àrea 3



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria d'Educació,
Cultura i Esport



**JUNTA
QUALIFICADORA
DE CONEIXEMENTS
DE VALENCIÀ**

Àrea 3 EXPRESSIÓ I INTERACCIÓ ESCRITES

Exercici 4 Trieu una de les dues opcions i redacteu un text amb una extensió entre 210 i 230 paraules.

Opció A

En els últims anys ha crescut la tendència d'anar a viure als afores de la ciutat, a les zones residencials, i s'ha perdut l'interés pel centre de la ciutat. Sou un dels impulsors de la iniciativa "Viure al centre" i heu decidit analitzar i criticar en el vostre blog aquesta tendència de l'habitatge a la vostra ciutat. Haureu de tractar els punts següents:

- Creix la inversió en habitatge 2 en 1 (primera i segona residències juntes).
- Els preus de compra són més assequibles i aquestes zones tenen més serveis.
- Són zones residencials, però tancades i separades del barri tradicional.

Opció B

D'ací a poques setmanes el vostre millor amic o la vostra millor amiga farà 40 anys. És una data ben assenyalada, i per això els seus pares han preparat una festa i us han demanat que redacteu un discurs que haureu de llegir durant la celebració. Volen que siga un discurs emotiu, que li toque la fibra sensible, i amb tocs d'humor. Haureu de tractar els punts següents:

- Presentació de l'amic o l'amiga al públic assistent.
- Relat de les anècdotes més remarcables que heu viscut junts.
- Com preveieu que serà el futur de l'amic o l'amiga?

Exercici 5 Trieu una de les dues opcions i redacteu un text amb una extensió entre 200 i 220 paraules.

Opció A

Sou conscients que els problemes de pes s'han convertit en una nova epidèmia. Feu servir la informació que hi ha més avall per a redactar una guia breu que la Regidoria de Salut i Benestar del vostre poble repartirà entre l'alumnat adolescent per a alertar-los de les pràctiques que han d'evitar i aconsellar-los amb alternatives reals.

Obesitat i sobrepès, l'altra malnutrició

La causa fonamental que provoca el sobrepès i l'obesitat és el desequilibri energètic entre les calories consumides i les gastades. La salut de l'ésser humà necessita un equilibri entre allò que menja i allò que crema. És cert, però, que si es desglossen les causes del problema, apareixen certs aspectes que ajuden a entendre el creixement viscut durant els últims anys.

CAUSES DE LA PROLIFERACIÓ DEL SOBREPÈS



Naturalesa més sedentària



Ingesta d'aliments amb un alt contingut calòric



Manca d'educació alimentària



Falta de polítiques de suport

Opció B

Com a consumidors habituals d'informació, heu observat que els nivells de credibilitat varien segons els mitjans, i també la manera com tracten aquesta informació. A partir dels textos que hi ha més avall, redacteu un article d'opinió que es publicarà en una web sobre actualitat informativa i que tracte sobre els nivells de confiança que ens genera la informació que rebem tenint en compte la diversitat de mitjans i de finestres informatives.



Reina Besald
@re_besald



Els mitjans tradicionals mantenen uns índexs de credibilitat superiors als dels nous canals d'informació, com Facebook o WhatsApp.

Àrea 4 EXPRESSIÓ I INTERACCIÓ ORALS

C2_2019

Exercici 6 Heu de triar un tema i preparar un monòleg de tres minuts, aproximadament. A continuació trobareu el tema sobre el qual heu de parlar i les idees que heu de desenvolupar.

PROPOSTA 1. FLYGSKAM, LA MODA DE RENUNCIAR A VOLAR

Tema

Renunciar a viatjar en avió s'ha posat de moda. A Suècia, aquest fenomen té un nom, *Flygskam*, 'vergonya de volar'. El trànsit aeri s'ha disparat i a hores d'ara l'aviació suposa ja el 13,4% de tota la contaminació generada pel transport. Aquesta iniciativa ciutadana aposta per mitjans de transport més nets.

Idees

- Reduir l'ús de l'avió en un món globalitzat.
- Proposa alternatives de mobilitat més sostenibles.
- Efectivitat de les campanyes socials de protesta.

PROPOSTA 2. SPAM ELECTORAL

Tema

Recentment, molts mitjans de comunicació s'han fet ressò del procediment que podem seguir per a renunciar oficialment a rebre propaganda electoral a casa. Ha sigut una campanya que s'ha estès per les xarxes socials i a la qual molta gent s'ha adherit perquè el procediment és senzill i molt ràpid.

Idees

- És una manera d'abaratir la campanya electoral?
- Accés dels partits polítics a les dades personals.
- Maneres alternatives d'enviar la informació als votants.

Àrea 4 EXPRESSIÓ I INTERACCIÓ ORALS

C2_2019

Exercici 6 Heu de triar un tema i preparar un monòleg de tres minuts, aproximadament. A continuació trobareu el tema sobre el qual heu de parlar i les idees que heu de desenvolupar.

PROPOSTA 3. CONTROL DE LA NATALITAT

Tema

¿Havies sentit mai que una parella arguïra que només voldria tindre dos fills? I encara més, ¿que l'argument fora que els seus principis ecològics no els ho permeten? Tots sabem que els recursos naturals del planeta en què vivim són finits i que la població augmenta a un ritme vertiginós.

Idees

- Conseqüències de la superpoblació en grans ciutats.
- Relació entre control de la població i sostenibilitat.
- Hi ha altres factors que també limiten la natalitat.

PROPOSTA 4. PUBLICITAT I XARXES SOCIALS

Tema

No és cap secret que moltes persones famoses utilitzen les xarxes socials per a fer publicitat encoberta d'alguns productes; es tracta d'una font d'ingressos més. Però, què passa quan els *influencers* es dediquen a recomanar productes de venda molt restringida, com ara antibiòtics, com a fórmules casolanes de bellesa.

Idees

- Conseqüències per a la salut d'aquestes recomanacions.
- Les estratègies de publicitat en les xarxes socials.
- Els *influencers* i els nous models de comportament social.

Exercici 6 Heu de mantindre un diàleg amb un altre aspirant sobre la situació comunicativa que us proposem. Llegiu la introducció del tema i defenseu el paper que us atorga la proposta. Les intervencions han de ser equilibrades; eviteu donar respostes massa curtes i mostreu-vos participatius com ho faríeu en una conversa habitual.

La duració de la conversa serà de quatre minuts, aproximadament.

PROPOSTA 1

Tema: donacions

OPCIÓ A

Ja fa temps que coneixem que hi ha multimilionaris que donen centenars de milions d'euros perquè s'invertisquen en la millora de la sanitat pública. El corrent majoritari agraeix aquestes donacions, que permetran, per exemple, la renovació tecnològica dels centres hospitalaris. El sector crític amb aquestes donacions addueix que és una mera mostra de filantropia i que la sanitat pública no es pot finançar d'aquesta manera. Estàs a favor que qualsevol persona pugui fer donacions que impliquen una millora d'un servei públic, ja que tots ens en beneficiarem.

OPCIÓ B

Ja fa temps que coneixem que hi ha multimilionaris que donen centenars de milions d'euros perquè s'invertisquen en la millora de la sanitat pública. El corrent majoritari agraeix aquestes donacions, que permetran, per exemple, la renovació tecnològica dels centres hospitalaris. El sector crític amb aquestes donacions addueix que és una mera mostra de filantropia i que la sanitat pública no es pot finançar d'aquesta manera. No t'agraden aquestes donacions i optes prefereixes que els grans empresaris complisquen les obligacions fiscals perquè l'Estat pugui invertir els diners recaptats com i on calga.

Exercici 6 Heu de mantindre un diàleg amb un altre aspirant sobre la situació comunicativa que us proposem. Llegiu la introducció del tema i defenseu el paper que us atorga la proposta. Les intervencions han de ser equilibrades; eviteu donar respostes massa curtes i mostreu-vos participatius com ho faríeu en una conversa habitual.

La duració de la conversa serà de quatre minuts, aproximadament.

PROPOSTA 2

Tema: la formació dels càrrecs públics

OPCIÓ A

Tothom ha hagut de reflectir en el seu currículum el nivell que té de les llengües que coneix. I sabem que no n'hi ha prou amb posar-n'hi una. Tanmateix, moltes vegades comprovem que els nostres representants públics no tenen una formació en llengües estrangeres i altres matèries ajustada al càrrec. Defensa que saber idiomes no és clau en la carrera política i que hauríem de tindre en compte altres habilitats més pròximes a les preocupacions de la població.

OPCIÓ B

Tothom ha hagut de reflectir en el seu currículum el nivell que té de les llengües que coneix. I sabem que no n'hi ha prou amb posar-n'hi una. Tanmateix, moltes vegades comprovem que els nostres representants públics no tenen una formació en llengües estrangeres i altres matèries ajustada al càrrec. Defensa que els polítics han de ser el model d'excel·lència en termes de formació acreditada, la qual cosa inclou les llengües que parlen i les habilitats efectives que demostren.

Prova del certificat del nivell C2

Convocatòria 2019 / 9.00 h

Estructura de la prova	Valor %
ÀREA DE COMPRESIÓ ESCRITA	10 %
ÀREA D'ESTRUCTURES LINGÜÍSTIQUES	20 %
ÀREA D'EXPRESSION I INTERACCIÓ ESCRITES	45 %
ÀREA D'EXPRESSION I INTERACCIÓ ORALS	25 %

El resultat final de la prova s'obté de la suma de la puntuació aconseguida en cada àrea superada.

La prova es considerarà apta a partir de 60 punts en el resultat final.

Una puntuació inferior a la mínima en alguna de les àrees suposa el NO APTE en la prova.

Les puntuacions mínimes exigides són les següents: 50 % per a les àrees que constitueixen un 25 % o més del global de la prova, 40 % per a les àrees que constitueixen un 20 % o un 15 % del global de la prova i 20 % per a les àrees que constitueixen un 10 % del global de la prova.

En cas d'obtindre la qualificació d'apte, el certificat corresponent s'enviarà a l'adreça electrònica facilitada en la matrícula.

Consulta sobre els resultats

<www.jqcv.gva.es>

Telèfon 012