

<b>COGNOMS / APELLIDOS:</b> _____
<b>NOM / NOMBRE:</b> _____
<b>DNI o PASSAPORT / DNI o PASAPORTE:</b> _____
<b>Núm. EXPEDIENT / Nº EXPEDIENTE</b> _____
<b>LLOC D'EXAMEN / LUGAR DE EXAMEN:</b> <b>EOI</b> _____

PROVA PER A L'OBTENCIÓ DEL / PRUEBA PARA LA OBTENCIÓN DEL

**CERTIFICAT DE NIVELL C2 – IDIOMA VALENCIÀ**  
**CERTIFICADO DE NIVEL C2 – IDIOMA VALENCIANO**

DELS ENSENYAMENTS OFICIALS D'IDIOMES / DE LAS ENSEÑANZAS OFICIALES DE IDIOMAS

<b>1. PROVA DE COMPRESIÓ ESCRITA</b>	<b>DURADA/ DURACIÓN:</b> <b>75 min</b>
<b>PUNTUACIÓ/PUNTUACIÓN TOTAL: 40</b> <b>60% = 24</b>	
<b>NOTA:</b> _____	
<input type="checkbox"/> <b>APE / APTO</b>	<input type="checkbox"/> <b>NO APE / NO APTO</b>
<b>Corrector/a</b>	



## EXERCICI 1

**Llegiu amb atenció el text sobre les app de missatges. Després escriviu, en el requadre blanc de la graella de respostes, la lletra que tinga l'opció correcta de cada pregunta. Tingueu en compte que, per a cada qüestió plantejada, només hi ha una resposta correcta. No escrivueu en les zones ombrejades de la graella. El primer enunciat (0) és un exemple.**

### Les finances, pendants de les app de missatges

D'ençà que el Facebook va fer el gran colp en comprar la missatgeria mòbil WhatsApp per uns forassenyats 14.451 milions d'euros, els fòrums financers d'arreu guaiten expectants quins nous episodis de rellevància es poden esdevenir en aquesta branca de les TIC, siguen fusions o eixides a borsa.

Ara els focus il·luminen la japonesa *Line*, una companyia que després d'acreditar en el 2013 uns ingressos, gràcies als seus 300 milions d'usuaris, de 257 milions d'euros, i 137 milions en el primer trimestre del 2014 (un 115% més), ha aconseguit una expectació que es tradueix en una valoració prevista, quan faça l'estrena en la borsa de Tòquio, a final d'any, de 10.000 milions d'euros.

Hi ha altres actors en dansa. La coreana *Kakao Talk*, amb 133 milions d'usuaris, a qui en un principi els mercats li adjudicaven una valoració de 2.000 milions d'euros. La xinesa *WeChat* -sota la fèrula del gegant *Tencent*- també és motiu d'especulacions, com la d'una possible eixida a la borsa de Singapur per valorar els seus 355 milions d'usuaris actius. I, per acabar-ho d'adobar, cal recordar els 685 milions que *Rakuten*, l'Amazon japonés, va pagar per *Viber* a principi d'any i que va ser la primera gran sacsejada en aquest sector.

Són senyals clars de la importància que últimament ha adquirit, dins del gran ecosistema dels dispositius mòbils, el de les aplicacions de missatgeria mòbil, en què com més va, més actors apareixen: ara com ara, arreu del món podríem enviar fins a una trentena de maneres diferents un missatge des del telèfon a un contacte.

Però cal anar-hi alerta, l'espectacularitat de les xifres no sempre es tradueix en rendibilitat. En el cas de *Line*, tot i que des d'un bon començament ha tingut un model de negoci amb ingressos, per l'oferta de jocs, *stickers* i missatges patrocinats, en el seus balanços no ha aconseguit presentar els delejats números negres.

És inqüestionable, però, que el mercat de les missatgeries mòbils és engrescador, com s'entesta a avisar-nos l'estadística: segons un estudi de *Flurry*, si bé l'any passat l'ús d'aplicacions del mòbil va créixer un 115%, en el cas de les aplicacions de missatgeria, aquest augment va ser del 316%. No és estrany, doncs, com coincideixen a afirmar els analistes, que tot aprofitant el bon moment del cicle de la borsa aquesta mena de valors aprofiten per llançar-s'hi empesos sovint per fons de capital de risc que cobegen rendibilitats altes en un termini no gaire llarg de temps.

En aquests temps plàcids per a la borsa s'albiren bones oportunitats d'inversió en companyies vinculades a la missatgeria mòbil. L'analista Felipe López Gálvez, de *Selfbank*, es remet a *WhatsApp*, l'ara nineta dels ulls de Mark Zuckerberg, president, per exposar que aquest filó té un clar potencial: "potser ara no té uns ingressos importants, al marge de la minsa quota d'abonament, però té grans perspectives de creixement en mercats clau com el dels EUA, on de manera accelerada els SMS estan cedint terreny a les aplicacions de missatgeria mòbil." No és el

cas d'altres mercats, en què la missatgeria mòbil ja ha transformat els usos i costums de comunicació en telefonia: a Espanya hi ha un 83% d'usuaris d'aquesta missatgeria, el 67% a Corea del Sud, i el 67% a Holanda. I hi ha molt de marge per a fer madurar el mercat a Alemanya (43%), al Japó (32%), al Regne Unit (30%) o als EUA, on l'escàs 23% permet que els inversors somnien grans índexs de creixement. En economies emergents és interessant remarcar Indonèsia (79%), l'Índia (74%), l'Argentina (78%) i Mèxic (78%).

L'aposta del Facebook, que va engolir el WhatsApp tot just quan el seu model de xarxa social donava senyals clars d'esgotament, va encaminada a exprémer la rendibilitat de l'eina amb ingressos procedents de la publicitat, amb el benentés que s'ha de complir la previsió d'assolir la gegantina xifra de 1.000 milions d'usuaris.



Tanmateix, com assenyala López Gálvez, no es pot perdre mai de vista que "el mercat de les TIC és inestable i, si bé té poques barreres d'entrada a nous actors, aquests poden llançar un producte o un servei nou, molt del gust de l'usuari, que ho capgire tot i deixe fora de la carrera alguns competidors". En el cas esmentat del WhatsApp, els propietaris es van endur un bon ensurt durant el primer trimestre en el mercat espanyol, quan van poder comprovar que el seu servei decaïa entre els usuaris, en benefici de l'emergent Line.

En aquest sentit, Javier Galán, responsable de Fons d'Inversió Europeus en Renta 4 i bon coneixedor del mercat tecnològic, si bé accepta que "és claríssim que aquest negoci ha de créixer de manera important en els pròxims anys, és complicat de saber qui en serà finalment el líder, qui hi guanyarà. És complicat de saber quina mena de transmissió d'informació tindrem." Així doncs, potser convé que l'inversor, enlluernat pel que prometen aquestes fulgurants companyies, es traga la bena dels ulls i enfile pel camí de la prudència: "potser millor que la cerca ràpida de ràpides plusvàlues, que poden sortir malament si s'ha apostat per antics líders de mercat -ara en hores baixes-, com ara Nokia o BlackBerry, és diversificar a través d'ETF o fons que aposten per aquestes tecnologies." Tot i que, certament, és difícil predir quines noves aparicions poden haver-hi en l'imprevisible univers de la tecnologia, és important consignar, com diu Galán, que "les extraordinàries valoracions que han aconseguit algunes d'aquestes companyies van acompanyades de creixement dels seus beneficis, cosa que no passava l'any 2000, quan va tenir lloc la bombolla de les ".com".

<http://www.leconomic.cat/neco/article/4-economia/18-economia/774098-les-finances-pendents-de-les-app-de-missatges.html> (Text adaptat)

**PREGUNTES:**

**EXEMPLE**

**0. Facebook va pagar per WhatsApp...**

- a) una quantitat exorbitant.
- b) un preu ridícul.
- c) més del valor estipulat.

**1. En aquest moment, la companyia japonesa Line...**

- a) preveu un futur prometedor, considerant els guanys dels primers mesos de 2014.
- b) va cotitzar en borsa en l'any 2013, ja que va augmentar els ingressos anuals un 115%.
- c) ha eixit a la borsa de Tòquio valorada en 10.000 milions d'euros gràcies als milers d'usuaris.

**2. En el sector dels dispositius mòbils...**

- a) hi ha aplicacions capaces d'enviar 30 missatges alhora arreu del món.
- b) les aplicacions guanyen terreny, i cada vegada n'hi ha més companyies.
- c) tot són flors i violes pel que fa a la comptabilitat.

**3. L'analista Felipe López Gálvez afirma que WhatsApp...**

- a) tot i les bones perspectives, tindrà poc recorregut posat que no apugen les quotes.
- b) té un futur prometedor, ja que el mercat nord-americà té ara per ara més usuaris.
- c) és l'aplicació preferida del president del grup.

**4. L'ús de la missatgeria mòbil...**

- a) es resisteix a Alemanya i al Japó, països amb els índexs d'usuaris més baixos.
- b) no ha tingut gaire èxit en economies en ràpid creixement com és el cas d'Indonèsia.
- c) generarà ingressos colossals quan el mercat nord-americà cresca.

**5. Facebook va comprar WhatsApp...**

- a) per eliminar competència.
- b) amb la perspectiva de generar diners a través de la publicitat.
- c) tot aprofitant-ne la devaluació a causa de la pèrdua d'usuaris.

**6. El mercat tecnològic...**

- a) és inconstant, depèn de les preferències dels usuaris.
- b) és totalment hermètic, és impossible obrir-s'hi pas.
- c) està controlat per poques companyies, que no permeten competidors.

**7. Segons Javier Galán...**

- a) invertir en el mercat tecnològic sempre serà sinònim de guanys ràpids.
- b) els caps del mercat actual, *Nokia i Blackberry*, continuaran liderant-ne el mercat.
- c) cal tenir seny a l'hora d'invertir, i variar.

PREGUNTA	EXEMPLE 0	1	2	3	4	5	6	7
RESPOSTA	a							
CORRECTOR/A	√							

**TOTAL (7 x 2 punts) \_\_\_\_\_ /14 punts**

## EXERCICI 2

**Llegiu atentament els 10 textos sobre el paper cultural de la gastronomia i relacioneu les frases 1-12 amb els textos B-K. Escriviu en les caselles de la graella la lletra corresponent. Recordeu que cada text es pot triar més d'una vegada i que cada frase correspon només a un sol text. No escriviu en les zones ombrejades de la graella. La frase (A) és un exemple.**

### **Creieu que el paper cultural de la gastronomia està sobrevalorat?**

Diverses personalitats opinen sobre la dimensió cultural de la gastronomia, la transcendència i el paper creatiu que té, i l'atenció mediàtica que ha generat els últims anys.

- A.** *Cuinar ens va fer humans. Elaborar el menjar i gaudir-ne són pràctiques bàsiques de totes les civilitzacions. És més important el que cuina i menja el poble que el que es destina a les minories selectes, però el que comença sent minoritari i selecte pot obrir camins en benefici de tota la societat. Gastronomia és cultura alta o baixa, depén de com es considere. Se'n fa un gra massa si es demana als cuiners més del que els pertoca.*
- B.** Vázquez Montalbán concebia la cuina com una metàfora de la pròpia cultura que ens parla de la identitat d'una societat i és alhora una matèria personal essencial: la pàtria sensorial de la infantesa. Parla de què mengem i com ho mengem; allò que no poden menjar aquells que cada vegada tenen menys és l'antiga gastronomia, que explica en què ens estem convertint.
- C.** La gastronomia ha estat durant molt de temps més que amagada, invisible. El món cultural en general s'ha vist beneficiat per l'èxit de la cuina. La cultura evoluciona a mesura que passa el temps i la cuina és cultura, és territori i n'agafa elements i els transforma. Qui defineix el nivell cultural són els agents culturals.
- D.** Jo crec que no. Tenim una història gastronòmica molt important i avui en dia podem dir que ha esdevingut un referent gastronòmic mundial. Fins i tot, sovint tendim a simplificar-la, però és variada i, com nosaltres, rica en tonalitats. És part de la nostra identitat. Som el que mengem. Els pilars de la nostra cultura gastronòmica els podem trobar en molts llocs.
- E.** La cuina és cultura perquè ens defineix com a país. Ens costa presumir del que és nostre i massa sovint ens emmirallem en la gastronomia d'altres països als quals no tenim res a envejar. Hem de consumir productes de la terra. Hem de confiar en els botiguers de tota la vida i en els productes que ens ofereixen. Ah! I deixar que els xiquets entren a la cuina, la coneguen i aprenguen a estimar-la, que entren en contacte amb allò que tenim al voltant.
- F.** No crec que la cultura gastronòmica estiga sobrevalorada en la societat actual. El que ha succeït és que hi ha molt més interès per la gastronomia per part del públic i molta informació en els mitjans, cosa que ha estat influenciada pel fet de tenir uns xefs i uns restaurants de prestigi mundials. L'hem tinguda present en els mitjans de comunicació i això ha fet que arrelara en gran part de la població i, per tant, ha passat a ser part de la cultura popular.
- G.** La gastronomia és un actiu important, però n'estem fent un gra massa amb tanta experimentació. La gastronomia en si és una cosa: cuina, taula i estovalles. Però el concepte s'està dispersant cap a l'escenografia gastronòmica, que té molt de moda i potser acabarà morint d'èxit. L'altre perill és que no es pot justificar qualsevol cosa en pro de la gastronomia. I em referisc al projecte d'una fundació en un paratge protegit.
- H.** La gastronomia no se sobrevalora. Tant podem fruit d'un quadre com d'un plat. Són dos escenaris que coexisteixen i es barregen. Què seria més cultura, un esmorzar de forquilla o un tast de plats de xef? Les dues coses. Encara que la tradició culinària francesa va fer més intel·lectual la cuina. Gastronomia i cultura es complementen.

- I. Jo no diria que està sobrevalorada: l'alimentació és la base de la nostra vida i, per tant, és lògic que tinga tanta importància també en l'aspecte cultural. Un exemple n'és que darrerament hi ha programes de televisió en què es posa en relleu la gastronomia. El que passa és que s'hi mostra com fer-ho, com presentar-ho i no s'hi posa en relleu el que realment és essencial.
- J. Jo crec que no; al contrari, pense que està infravalorat. De la gastronomia depén la nostra evolució com a persones pel que fa a com mengem. És cert que el que se sol equiparar amb l'art és la cuina d'autor dels xefs mediàtics, però el més important és la gastronomia tradicional, gràcies a la qual s'ha produït tota l'evolució gastronòmica posterior.
- K. És positiu que es pose en evidència el valor cultural de la gastronomia perquè és una forma de cultivar la sensibilitat del creador i del consumidor. La creació gastronòmica té un públic molt minoritari i crec que la cultura no sols és el procés creatiu, sinó l'abast que té el gaudi de la gent a diferència del que passa amb l'art, la literatura, el teatre o el cinema.

Presència, 27-04-2014 (Fragment adaptat)

FRASES	TEXT	CORRECT.
<b>0. Gastronomia és cultura. Ara, no demanem massa als cuiners.</b>	<b>A</b>	√
1. El concepte de gastronomia està canviant cap al d'espectacle.		
2. Crec que estem passant els límits del que és i del que no és la gastronomia.		
3. Ens hem d'apropar als nostres productes; hem d'estimar i valorar el que tenim prop.		
4. La cuina de sempre és més important del que ens pot semblar a simple vista.		
5. Cada poble menja unes coses i les menja de determinada manera.		
6. L'evolució gastronòmica no és sols fruit dels xefs més famosos.		
7. La cuina, com l'art, es gaudeix. Tot és cultura.		
8. La cultura s'ha aprofitat del moviment mediàtic en la cuina.		
9. La nostra gastronomia té una gran diversitat i amb molts matisos.		
10. La televisió l'ha divulgada i ha esdevingut un element cultural.		
11. S'ha donat importància a les tècniques de cuina, però no al producte.		
12. El pes cultural de la gastronomia no és equiparable al d'altres disciplines.		

**TOTAL (12 x 1 punt) \_\_\_\_\_ /12 punts**

### EXERCICI 3

**Llegiu atentament este text literari i després escriviu, en les caselles de la graella, les paraules EN MAJÚSCULA que completarien els buits del text, de manera que tinga sentit. Tingueu en compte que només podeu escriure una paraula en cada buit. No escríqueu en les zones ombrejades de la graella. El primer buit (0) és un exemple.**

#### EL CAÇADOR D'ESTELS

Després de l'escola, en Hassan i jo ens trobàvem, agafàvem un llibre i pujàvem dalt d'un turó arrodonit que hi havia al nord de la propietat del meu pare, a Wazir Akbar Khan. Hi havia un vell **(0)** abandonat al capdamunt amb fileres de làpides sense nom i embulls de malesa que n'obstruïen els passadissos. Anys de pluja i neu **(1)** rovellat la porta de ferro i deixat en estat de ruïna les parets de pedra baixes i emblanquinades. Hi havia un magraner a prop de l'entrada del cementeri. Un dia d'estiu vaig utilitzar un dels ganivets de cuina de l'Alí per **(2)** els nostres noms, "Amir i Hassan, els sultans de Kabul". Aquelles paraules ho formalitzaven: l'arbre era nostre. Acabades les classes ens hi enfilàvem i n'arrancàvem les magranes vermelles com la sang per al berenar. Després de **(3)** els grans i eixugar-nos les mans a l'herba, llegia per a en Hassan.

Assegut amb les cames encreuades, la llum del sol i l'ombra de les fulles del magraner ballant-li per la cara, absent, mentre jo li llegia històries que ell no podia llegir. El fet que en Hassan **(4)** analfabet, com l'Alí i la majoria d'hazares, es va decidir en el mateix moment en què va ser concebut a l'úter hostil de la Sanaubar -al capdavant, quina utilitat tenia la paraula escrita per a un servent? Però **(5)** el seu analfabetisme, o **(6)** gràcies a això, en Hassan va caure atrapat en el misteri de les paraules, seduït per un món secret que li era vetat. Li llegia poemes i històries, de vegades endevinalles, tot i que vaig deixar de fer-ho quan vaig veure que era molt millor que jo resolent-les. Així, doncs, li llegia coses menys arriscades, com les desventures del maldestre mul·là Nasrudín i el seu ruc. Séiem durant hores sota aquell arbre, ens hi estàvem fins que el sol es **(7)** per l'oest, i en Hassan encara insistia que ens quedava prou estona de llum per a una història més, un capítol més.

HOSSEINI, K. *El caçador d'estels* (Fragment adaptat)

BUIT	PARAULA	CORRECTOR/A
0.	CEMENTERI	√
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

**TOTAL (7 x 2 punts) \_\_\_\_\_ /14 punts**