

Name:	
Jahrgang:	



Standardisierte kompetenzorientierte
schriftliche Reife- und Diplomprüfung

BHS

18. September 2017

Spanisch

(B1)

Lesen



Hinweise zum Beantworten der Fragen

Sehr geehrte Kandidatin, sehr geehrter Kandidat!

Dieses Aufgabenheft enthält vier Aufgaben. Die Zeit zur Bearbeitung dieser vier Aufgaben beträgt 60 Minuten.

Verwenden Sie für Ihre Arbeit einen schwarzen oder blauen Stift.

Bevor Sie mit den Aufgaben beginnen, trennen Sie das Antwortblatt heraus.

Schreiben Sie Ihre Antworten ausschließlich auf das dafür vorgesehene Antwortblatt. Beachten Sie dazu die Anweisungen der jeweiligen Aufgabenstellung. Sie können im Aufgabenheft Notizen machen. Diese werden bei der Beurteilung nicht berücksichtigt.

Schreiben Sie bitte Ihren Namen in das vorgesehene Feld auf dem Antwortblatt.

Bei der Bearbeitung der Aufgaben sind keine Hilfsmittel erlaubt.

Kreuzen Sie bei Aufgaben, die Kästchen vorgeben, jeweils nur ein Kästchen an. Haben Sie versehentlich ein falsches Kästchen angekreuzt, malen Sie dieses vollständig aus und kreuzen Sie das richtige Kästchen an.

A	☐	B	☒	C	☒	D	☐
---	--------------------------	---	-------------------------------------	---	-------------------------------------	---	--------------------------

Möchten Sie ein bereits von Ihnen ausgemaltes Kästchen als Antwort wählen, kreisen Sie dieses Kästchen ein.

A	☐	B	☒	C	☒	D	☐
---	--------------------------	---	-------------------------------------	---	-------------------------------------	---	--------------------------

Schreiben Sie Ihre Antworten bei Aufgaben, die das Eintragen von einzelnen Buchstaben verlangen, leserlich und in Blockbuchstaben. Falls Sie eine Antwort korrigieren möchten, malen Sie das Kästchen aus und schreiben Sie den richtigen Buchstaben rechts neben das Kästchen.

B	☒	G	F
---	-------------------------------------	---	---

Falls Sie bei den Aufgaben, die Sie mit einem bzw. bis zu maximal vier Wörtern beantworten können, eine Antwort korrigieren möchten, streichen Sie bitte die falsche Antwort durch und schreiben Sie die richtige daneben oder darunter. Alles, was nicht durchgestrichen ist, zählt zur Antwort.

falsche Antwort	richtige Antwort
----------------------------	------------------

Jede richtige Antwort wird mit einem Punkt bewertet. Bei jeder Aufgabe finden Sie eine Angabe zu den maximal erreichbaren Punkten.

Viel Erfolg!

NAME: _____



ACHTUNG: Für wissenschaftliche Auswertung bitte hier abschneiden.

ANTWORTBLATT

Un paseo en barco

0 C	1 ☐	2 ☐	3 ☐
4 ☐	5 ☐	6 ☐	7 ☐

Von der Lehrperson auszufüllen

richtig	falsch	richtig	falsch	richtig	falsch	richtig	falsch
		1 ☐ ☐		2 ☐ ☐		3 ☐ ☐	
	4 ☐ ☐	5 ☐ ☐		6 ☐ ☐		7 ☐ ☐	

___ / 7 P.

1

La historia de un niño extraordinario

0	canadiense
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

Von der
Lehrperson
auszufüllen

richtig	falsch
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐

___ / 7 P.

2

NAME:



ACHTUNG: Für wissenschaftliche Auswertung bitte hier abschneiden.

ANTWORTBLATT

3

Nuevos guías turísticos

0	A	☐	B	☐	C	☐	D	☒
1	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
2	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
3	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
4	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
5	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
6	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
7	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐

Von der
Lehrperson
auszufüllen

richtig falsch

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

___ / 7 P.

4

El Seat Ibiza cumple 30 años

0	A	☐	B	☐	C	☐	D	☒
1	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
2	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
3	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
4	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
5	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐
6	A	☐	B	☐	C	☐	D	☐

Von der
Lehrperson
auszufüllen

richtig falsch

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

☐ ☐

___ / 6 P.

___ von 27 P.

Lea el texto sobre una atracción turística en Salzburgo. Faltan algunos elementos. Encuentre los elementos correctos (A–J) para cada uno de los espacios (1–7). Hay dos elementos que no se usan. Escriba sus respuestas en las casillas adecuadas en la hoja de respuestas. La primera respuesta (0) ya está hecha y sirve como modelo.



Quelle: Prasky R. / Fotolia

Un paseo en barco

Desde finales de marzo hasta finales de octubre, el barco panorámico Amadeus Salzburg le ofrece un *tour* de primera clase: disfrute de la maravilla de la ciudad de Mozart desde el río.

En tiempos antiguos, la sal (Salz, en alemán) (0) ____ por el río de la ciudad; de esta manera obtuvo su nombre el río Salzach. También hubo un intento de (1) ____ a lo largo del río Salzach, pero esto no fue posible debido a los bajos fondos del río y a la falta de potencia de los motores de barco en el año 1891. Más de un siglo después, ya desde el año 2002, es posible realizar cruceros por el río. El Amadeus Salzburg es un barco moderno con asientos para hasta 80 pasajeros. El diseño único con grandes placas de vidrio (2) _____. El casco del barco ha sido construido a partir de una aleación de aluminio con tan solo 38 cm de profundidad. Los dos motores diésel producen 800 caballos de potencia y (3) _____ de hasta 50 kilómetros por hora.

En el marco de los *tours* en barco por el río Salzach, disfrutará de varias opciones a elegir. Ya (4) _____ con cena a la luz de las velas (para grupos de hasta 20 personas) o de un crucero de visita al Palacio de Hellbrunn, este viaje a lo largo del río le ofrece espectaculares vistas de la ciudad de Salzburgo y sus atracciones turísticas. También podrá reservar una combinación de viaje en barco seguido de una visita a los conciertos de la fortaleza de Salzburgo para disfrutar de conciertos únicos desde lo alto de la ciudad con obras de Mozart y otros compositores. Otra atracción (5) _____ para visitar las Fuentes de Hellbrunn y el viaje de regreso en nuestro histórico autobús inglés de dos plantas del año 1964. Esta combinación (*Tour 3*) es única en toda la ciudad y le permitirá (6) _____.

El embarcadero del Amadeus Salzburg se encuentra junto al Bar Isla Salzach, junto a la plaza Hanuschplatz, un lugar muy popular en verano para tomar una copa con estilo junto al río. Podrá (7) _____ todas las noches en un salón de ambiente moderno. Aquellos a los que se les haya despertado el apetito podrán disfrutar de *snacks*. Tanto el Bar Isla Salzach como la embarcación Amadeus Salzburg podrán ser contratados exclusivamente para su fiesta privada.

A	llegan a un puerto
B	alcanzan una velocidad
C	era transportada en barco
D	se trate de un crucero de noche romántica
E	poner en marcha un barco de pasajeros
F	ver más de la ciudad de Salzburgo
G	organizar espectáculos
H	disfrutar de los mejores cócteles
I	permite una magnífica vista
J	consiste en la combinación de un viaje en barco

Lea el texto sobre un niño con talentos excepcionales. Complete las frases (1–7) con un máximo de 4 palabras. Escriba sus respuestas en los espacios adecuados en la hoja de respuestas. La primera respuesta (0) ya está hecha y sirve como modelo.



La historia de un niño extraordinario

4 de mayo de 2012

Si Anthony Poppa Urria no llevara pañales, nadie se creería que tiene dos años y nueve meses de edad. Mientras sus compañeros de clase andan cantando canciones y garabateando con ceras, este pequeño canadiense ya habla tres idiomas (inglés, español y un poco de rumano), sabe leer frases completas de libros que no ha visto antes, recita el alfabeto en orden correcto e inverso, cuenta hasta mil, se sabe los planetas del sistema solar y sabe resolver puzzles de hasta 70 piezas.

En otras palabras, es uno de los bebés más inteligentes de Norteamérica. Los expertos le han calculado un coeficiente intelectual de 154, un poco menos que los de Albert Einstein o Stephen Hawking. Por eso, acaba de ser admitido en una de las escuelas de Mensa, una organización británica que solo admite a gente con una inteligencia excepcional, presente en el 2 % de la población.

Fue su abuela Felicia, que es quien cuida del chaval cuando sus padres están trabajando, la primera en detectar que Anthony no era un chico normal. "A los cuatro meses estaba muy alerta; todo le despertaba curiosidad. A los seis, me di cuenta de que sabía identificar las letras del alfabeto". El niño todavía no hablaba, pero cuando le ponía delante tres cartulinas con una letra diferente cada una y le pedían que señalara la letra C, él sabía cuál era.

A los diez meses, ya sabía deletrear el alfabeto fonéticamente. Aun así, su madre, Laura, no quería dar nada por sentado. El niño podría haber memorizado las letras del alfabeto sin entender qué querían decir. Así que se llevó a Anthony a Londres para que fuera examinado por una experta en la materia, Joan Freeman. La doctora le explicó en su informe: "Saber nombrar cosas, aunque sea de memoria, ya es parte del proceso de aprendizaje. El poder describir para qué sirven son habilidades más avanzadas, que de todas formas Anthony sabe hacer por encima de su edad".

Freeman envió sus resultados a un tribunal de Mensa en Canadá. Entre ellos estaba Vicki Herd, que recuerda que cuando vio los exámenes, pensó, "Anda, hemos debido cometer una errata al copiar la fecha de nacimiento".

Y es que Anthony se ha convertido en una de las personas más jóvenes que hayan sido admitidas en Mensa (en Canadá solo hay siete alumnos de menos de 10 años), y uno de los niños con mayor coeficiente intelectual de su continente. En marzo, se descubrió la inteligencia de Emmelyn Roettger, que con dos años ya mostraba su coeficiente de 159 (irónicamente, sus padres creían que lo que sufría era autismo: en realidad era que necesitaba gafas). Y en Europa, hace un mes, se descubrió a una pequeña Einstein británica llamada Heidi Hankins.

0	El niño superdotado es de origen ____.
1	El pequeño Anthony ya es capaz de decir los números del uno ____.
2	Hace poco el niño fue aceptado en ____.
3	La persona que descubrió el talento del niño fue ____.
4	Cuando tenía menos de un año, el niño era capaz de reconocer ____.
5	La madre dudaba del talento de su hijo y se fue con él ____. (Dé <u>una</u> respuesta.)
6	Según un experto la capacidad de memorizar algo pertenece al ____.
7	En la escuela de élite hay pocos chicos de la nacionalidad de Anthony que tienen ____.

Lea el texto sobre una nueva forma de ser guía turístico en Barcelona. Elija la respuesta correcta (A, B, C o D) para cada pregunta (1–7). Ponga una cruz (☒) en la casilla correcta en la hoja de respuestas. La primera respuesta (0) ya está hecha y sirve como modelo.

Nuevos guías turísticos

Lisa Grace es una británica que vive en Barcelona desde hace más de diez años y que trabajaba en Barcelona en el sector de la investigación de mercados. Hasta que se convirtió en una víctima más de la crisis. A finales de 2012, tras ser madre, decidió solicitar la reducción de jornada en su empresa. "Me despidieron. Me encontré con pocos puestos de trabajo en mi área profesional y aún menos para una madre que desea trabajar solo por las mañanas", explica a *El Huffington Post*. Entonces decidió crear *Hidden City Tours*, una empresa que aprovecha que el turismo está en alza en Barcelona para ofrecer trabajo como guías a personas sin hogar, y con él la posibilidad de una reinserción social. Grace tomó la idea de un proyecto similar en el Reino Unido y pensó que era fácilmente aplicable a la ciudad española, un lugar donde cerca de 3000 personas viven en la calle.

Contacta con los posibles guías a través de los servicios sociales, ONGs y comedores sociales de Barcelona. "Como casi todos nuestros clientes son de fuera, busco gente que pueda hablar idiomas —inglés, alemán o francés—, que tenga una buena actitud, y ganas de formar parte de un equipo pequeño", apunta Grace, quien se encarga de ofrecer un programa de formación de entre 60 y 80 horas a los seleccionados impartido por la historiadora Natalia Baque. Aun así son personas que ya conocen la ciudad y que pueden contar de ella muchas más cosas que los típicos consejos que se da a un turista.

Porque, en definitiva, *Hidden City Tours* se define como una empresa social y en ningún caso como una asociación relacionada con la caridad y con esa idea se fundó a finales del año pasado. "Caridad la realizan entidades que dependen de subvenciones y donaciones. Nosotros somos una empresa que ofrece un servicio, no pena. Somos capaces de competir con cualquier otra que ofrezca *tours* por el casco antiguo de Barcelona", apunta su impulsora. De hecho, su iniciativa intenta diferenciarse del resto ofreciendo otro punto de vista con "gente formada, con mucha experiencia vital, empatía y un sexto sentido adquirido por su situación". Los clientes que se apuntan a este *tour* suelen acabar agradecidos, dice Lisa Grace.

Con este *tour* se pasea durante aproximadamente dos horas por el Barrio Gótico y el Raval. Desde la catedral hasta el mercado de la Boquería, pero pasando por rincones secretos. Como los relatos sobre la ciudad que ofrecen estos particulares guías son tan originales, este *tour* empieza a despertar la atención incluso de los propios barceloneses. Pero de momento siguen siendo los ciudadanos extranjeros los que acuden a ellos, en su mayoría viajeros de nacionalidad estadounidense, británica, alemana y de los países nórdicos.

Lo cierto es que su oportunidad de trabajo está ayudando al cambio radical en la vida de varios de estos guías. Cuando José Felipe encadenó la pérdida de su empleo y el fallecimiento de sus padres, terminó en la calle. Tras varios meses como guía trabajando con Lisa ha pasado a incorporarse ya a un trabajo de 40 horas semanales en una empresa local y está ahorrando para dejar el piso de acogida del Ayuntamiento de Barcelona en el que vive. "He visto ya varios cambios a mejor desde que empezamos".

- 0 ¿Qué le pasó a Lisa Grace cuando tuvo un hijo?
- A Tuvo que trasladarse a otro país.
 - B Tuvo que trabajar a tiempo completo.
 - C Perdió su apartamento.
 - D Perdió su trabajo.
- 1 ¿A quién contrata Lisa Grace para trabajar en *Hidden City Tours*?
- A A gente con vivienda.
 - B A gente sin vivienda.
 - C A madres solteras.
 - D A extranjeros.
- 2 ¿Cómo consigue encontrar Lisa Grace a sus trabajadores?
- A Cuando sale con extranjeros.
 - B Con la ayuda de otros guías.
 - C Con la ayuda de organizaciones humanitarias.
 - D Con anuncios en una revista para guías.
- 3 ¿Cuáles son las condiciones para poder trabajar en *Hidden City Tours*?
- A Ser miembro de una organización humanitaria.
 - B Tener estudios de historia.
 - C Ser de Barcelona.
 - D Saber comportarse bien.
- 4 ¿Qué propone Lisa Grace a las personas elegidas?
- A Un curso para mejorar sus conocimientos culturales.
 - B Estudiar historia en la universidad.
 - C Un empleo de 60 horas a la semana.
 - D Un empleo que ayude a mejorar su nivel de idiomas.
- 5 ¿En qué se diferencian estos nuevos guías de los guías oficiales?
- A Son personas con más vivencias de la vida en la calle.
 - B Son personas dispuestas a trabajar más horas.
 - C Ofrecen *tours* más baratos.
 - D Ofrecen *tours* en la parte más vieja de la ciudad.
- 6 ¿Qué nuevo grupo de clientes está interesado en este tipo de visitas?
- A Las personas que buscan *tours* más económicos.
 - B Las personas que son de Barcelona.
 - C La mayoría de los guías internacionales.
 - D Guías alemanes que quieren copiar el modelo.
- 7 ¿Qué consiguió José Felipe después de un tiempo en su trabajo?
- A Conocer a su novia.
 - B Hacer nuevos amigos.
 - C Tener un trabajo a media jornada.
 - D Tener un trabajo a jornada completa.

Lea el texto sobre el aniversario de un coche español. Elija la respuesta correcta (A, B, C o D) para cada pregunta (1–6). Ponga una cruz (☒) en la casilla correcta en la hoja de respuestas. La primera respuesta (0) ya está hecha y sirve como modelo.



El Seat Ibiza cumple 30 años

El pasado 27 de abril se cumplían 30 años del lanzamiento de uno de los modelos más emblemáticos de Seat, el Seat Ibiza, con el que se han alcanzado cerca de los 5 millones de unidades vendidas.

Para celebrarlo, el departamento de *marketing* de la firma automovilística ha trabajado junto a LOLA para idear una campaña que sirve, además, para presentar una serie especial con motivo de este hito.

La campaña quiere reflejar el espíritu puro del Seat Ibiza y todas las historias creadas con él. Y es que, el que ha sido históricamente el modelo más exitoso de Seat, lleva ya en el mercado 30 años. Durante esas tres décadas, el Seat Ibiza se ha convertido en el modelo más vendido en la historia de las marcas españolas a lo largo del tiempo y, desde 2001, ha sido el vehículo líder en su segmento.

Las cuatro generaciones distintas del Seat Ibiza han mostrado siempre su espíritu deportivo y joven y, año tras año, han sido preferidos por su brillante rendimiento y por su indudable fiabilidad.

La campaña de comunicación estará dirigida a múltiples canales, con una fuerte presencia en medios *online*, aplicaciones en redes sociales como Facebook, acciones en puntos de venta y concesionarios, cuñas de radio y, por supuesto, la campaña en televisión con *spots* de 20 y 30 segundos.

En particular, la aplicación que se acaba de lanzar en Facebook es una de las primeras acciones *online* y pretende una interacción mucho más dinámica con los amantes del Seat Ibiza. A través de ella es posible crear una copia del *spot* de televisión en la que cada usuario podrá personalizar a los protagonistas, poniéndoles su cara y la de un amigo a los que se puede añadir también distintos complementos como gafas, bigotes, etc. De este modo se convierten en los actores principales del anuncio, que posteriormente podrán compartir en sus respectivos perfiles.

Toda la comunicación está vinculada al espíritu atractivo, juvenil y deportivo del Seat Ibiza, haciendo a la vez que el público se sienta parte de la historia.

El *spot* en torno al que gira la campaña nos presenta a dos amigos lanzándose a realizar diferentes planes dentro de un Seat Ibiza, mostrando el paso del tiempo a través de los estilismos característicos de cada década hasta que tienen que retrasar uno de ellos por un inevitable salto generacional.

“La gran mayoría de la gente joven tiene dos cosas en común: que se lo quieren pasar bien y que en algún momento un Seat Ibiza ha formado parte de sus vidas. Esto es lo que hemos querido contar en la campaña de una manera fácil y nada solemne: resumiendo los momentos vividos dentro de un Seat Ibiza en los últimos treinta años, que es el tiempo que lleva este modelo entre nosotros”, explica Néstor García, Director Creativo de LOLA.

0 **Con motivo del aniversario del modelo Ibiza, la empresa española**

- A presenta una nueva versión del coche.
- B celebra una versión particular del coche.
- C piensa superar los 5 millones de ejemplares del coche.
- D decide colaborar con otra empresa.

1 **Desde su introducción al mercado, el Seat Ibiza**

- A se ha cambiado cada cuatro años.
- B se ha transformado en el coche español más producido.
- C se ha transformado en el coche español más deportivo.
- D ha cambiado la vida cotidiana.

2 **Todas las versiones del modelo**

- A presentaron un diseño revolucionario.
- B ofrecieron la tecnología más moderna de su época.
- C presentaron un carácter dinámico.
- D fueron creadas para familias.

3 **Con la ayuda de una aplicación especial**

- A se pueden comentar varios detalles del coche.
- B se participa en un concurso de fotos del coche.
- C se crean versiones especiales del coche.
- D se puede formar parte de un video.

4 **La nueva estrategia de *marketing***

- A incluye detalles personalizados.
- B presenta a actores famosos.
- C se presenta en el nuevo catálogo.
- D incluye resultados de una encuesta especial.

5 **En un anuncio publicitario, dos personas**

- A explican el futuro del vehículo.
- B hacen un viaje por el tiempo con el vehículo.
- C presentan el carácter deportivo del vehículo.
- D declaran su gran amor por el vehículo.

6 **Para muchos jóvenes españoles el Seat Ibiza es**

- A un símbolo para el sentimiento nacional.
- B un coche para sentirse libre.
- C una parte importante de su historia personal.
- D el coche de sus sueños.