

Celga



Certificado
Lingua
Galega

4

PROBA B (ORAL)

Caderno do persoal examinador



XUNTA
DE GALICIA

SECRETARÍA XERAL
DE POLÍTICA
LINGÜÍSTICA

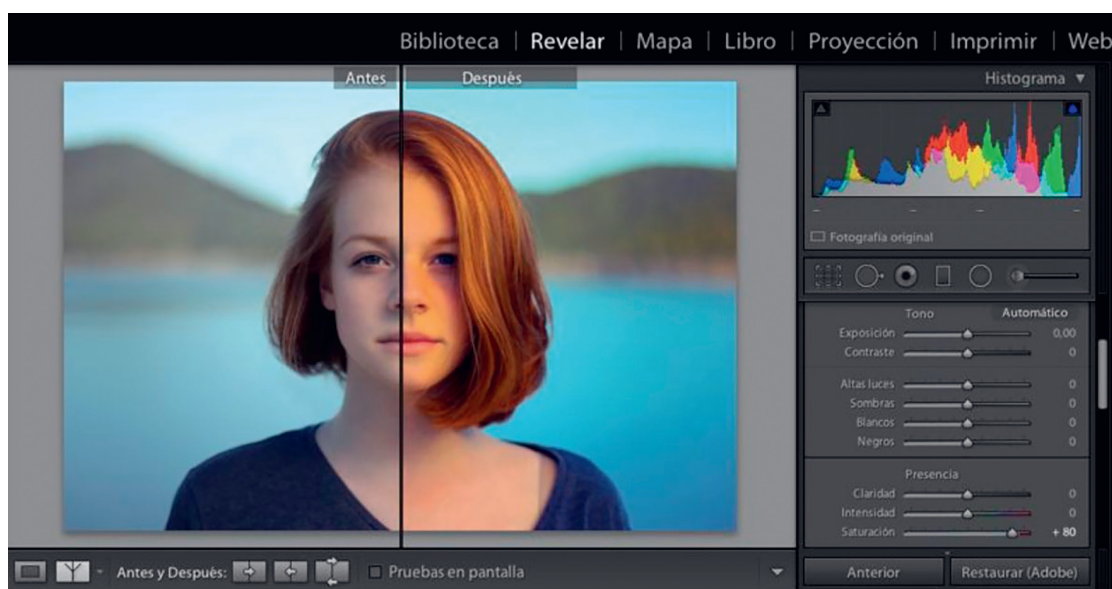
C4-B-I-23

PARTE 1 (Texto escrito)

A continuación, lea vostede este artigo no que se recollen algunhas reflexións sobre os retoques fotográficos. Tome as notas que precise. Na entrevista oral terá que:

- Resumir o texto.
- Realizar unha exposición.
- Conversar sobre o tema.

Milagres fotográficos. Os riscos de mostrar persoas «perfectas»



«Verte e non recoñecerte, descubrir que a túa imaxe está nas mans de persoas que teñen un sentido da beleza absolutamente irreal». Así comeza a denuncia que unha actriz fixo pública a través das redes sociais despois dos excesivos retoques que sufriu unha fotografía súa que ilustra a portada dunha revista.

Ninguén se salva dos retoques dixitais que ditan as campañas publicitarias, as reportaxes e as portadas dos medios. A actriz expresa a súa indignación polos canons de beleza que «deberíamos seguir» e asegura que é preciso «reflexionar moi seriamente cara a onde imos e reivindicar con forza a necesidade de decidir e de defender o que somos, o que queremos ser, independentemente de modas, estereotipos ou canons de beleza».

Hoxe, practicamente non hai modelo, actriz ou actor, nin sequera presidente ou candidato a un goberno, que non pase por esta ferramenta informática antes de que a súa imaxe sexa exposta ao mundo. Vivimos nun mundo onde a imaxe é fundamental.

Durante as últimas décadas, os avances tecnolóxicos e o desenvolvemento dos *smartphones* cada vez máis intelixentes levaron a que a fotografía se convertese nun fenómeno de masas e na verdadeira protagonista da comunicación.

Un grupo de científicos americanos acaba de deseñar un método que desenmascara a quen decidiu rexuvenecer e mellorar virtualmente e a quen se desfixo das engurras, eliminou manchas e verrugas ou a quen quitou uns quilos de enriba.

Hany Farid, doutor en enxeñería informática, busca sinais do uso de Photoshop nas imaxes fotográficas, na busca de alteracións xeométricas (nas pernas, brazos, cadeiras, peitos, pómulos, pescozos, ollos...) e de cambios no ton e na textura da pel (o soado uso do aerógrafo, que esvae a pel e elimina imperfeccións). Deseñou un sistema para pescudar ata que punto as imaxes foron retocadas en función deses dous parámetros. Este software pode medir a diferenza entre o orixinal e a copia modificada.

No artigo titulado «Unha métrica perceptiva para os retoques fotográficos» explica que someteron o sistema a proba, con 468 fotos orixinais e retocadas que clasificaron co seu software automático, de acordo con valores de entre 1 (retoque mínimo) e 5 (máximo). Posteriormente, presentáronlles as mesmas fotos a persoas que participaban no experimento e o resultado foi que esas persoas chegaron ás mesmas conclusións ca o programa informático, o que dá unha idea da precisión deste último.

Con este sistema de medición, as celebridades, modelos ou políticos poderían negarse a que manipulen as súas fotos ata extremos grotescos. Sería, ademais, unha forma eficiente de establecer parámetros científicos e claros para que o consumidor saiba que, se unha crema anuncia «luz radiante desde o interior» ou «difusión natural de engurras», pero a foto que acompaña o anuncio leva adxunto un número 3, 4 ou 5, é máis que probable que sexa publicidade enganosa ou, mesmo, pura ficción.

«Comezamos analizando o antes e o despois das imaxes dixitais para sinalar os cambios xeométricos e fotométricos e revertemos as manipulacións dos retocadores coa eficacia dos enxeñeiros», explica Farid, quen confía en que este modelo axude a reducir algunhas das manipulacións máis extremas. «Queda por ver se esta clasificación pode evitar os efectos nocivos de estar asolagados de imaxes tan pouco realistas dalgúns corpos», conclúe.

Lembran que as fotos irreais teñen efectos moi negativos na saúde pública; de feito, relacionáronse con desordes na alimentación, como a anorexia ou a bulimia. Para os investigadores, as autoridades sanitarias deberían tomar medidas como as que xa existen no Reino Unido, onde prohibiron anuncios de cosméticos nos que saían modelos moi retocadas.

Tamén en Noruega, o Goberno anunciou que vai obrigar as *influencers* a etiquetaren as fotos retocadas que compartan en redes sociais ou que se publiquen nas revistas e nos carteis publicitarios. Coa nova lei, deberase alertar do uso de filtros, cambios de forma, tamaño ou cor de pel na imaxe mostrada porque xeran paradigmas perigosos.

Unha vez que entre en vixencia, obrigará a todos os *instagramers*, *tiktokers* e editoriais a poñeren unha serie de etiquetas estandarizadas que advertirán de que as imaxes

teñen algún tipo de manipulación ou retoque. Os castigos? Multas e ata cárcere, así de duro, así de serio.

Leis como as que propoñen en Noruega teñen un obxectivo que vai máis alá do puramente visual e que pretende loitar contra a difusión de canons de beleza pouco realistas porque as consecuencias poden tomar un rumbo indesexado en moitas persoas. É o momento de rebelarse contra as imposicións estéticas e de cultivar o gusto pola variedade.

Analistas e responsables das administracións coinciden en destacar que a contorna virtual, en xeral, e as redes sociais, en particular, poden supoñer un perigo para os máis novos. Fomentar os corpos cunha aparencia irreal é certamente perigoso, tanto desde o punto de vista social coma desde a vertente médica.

A manipulación fotográfica está presente na nosa sociedade moito antes de que chegase o Photoshop, pero co inicio da era dixital aumentou ata límites insospeitados e converteuse nunha obsesión para moitos mozos e mozas. As redes sociais, os *smartphones* e a web 2.0 transformaron os usos sociais da fotografía ata chegar a ser un medio de comunicación moi potente nas aplicacións como Instagram. Esta aplicación foi todo un *boom* respecto da manipulación fotográfica, capaz de engadir filtros e de utilizar ferramentas de retoque á hora de compartir unha imaxe coas demais persoas usuarias.

Como todo o novo e explosivo, esta tendencia dos retoques tenderá a equilibrarse co tempo e chegará o momento en que nos liberemos da obsesión e da opresión dos canons de beleza e en que nos mostremos tal como somos.

Texto traducido e adaptado de *El Mundo*

PARTE 2

1. BENVIDA E PREGUNTAS DE CONTACTO PERSOAL	1-2 minutos aprox.
Orientacións para o persoal avaliador: esta parte NON é un interrogatorio e as preguntas NON se avalían. Trátase de que a persoa candidata se sinta a gusto e de que se tranquilice, polo que cómpre evitar as preguntas que a poidan incomodar ou as que resulten molestas.	
■ Como se chama? ■ A que se dedica? ■ De onde é? Fale un pouco sobre a súa cidade/vila/aldea... ■ Canto tempo leva estudando galego? Por que o estuda? ■ Que lle gusta facer no tempo libre? Que afeccións ten? (Se procede) ■ Que lle gusta máis da cultura galega? ■ Que diferenzas atopa entre a cultura galega e a súa?	
2. RESUMO	3 minutos aprox.
Orientacións para o persoal avaliador: a persoa candidata ten que realizar un resumo do artigo. Nesta fase preténdese comprobar que a persoa candidata entendeu o contido do texto. NON é unha proba de memoria e, polo tanto, non é relevante que non lembre detalles concretos. En caso de que quede en branco, ou de que o seu resumo resulte excesivamente breve, pódese axudar formulando algunha(s) das seguintes preguntas:	
Faga un resumo do contido do artigo. ■ En que consiste o sistema deseñado por científicos americanos para detectar se unha foto foi retocada? ■ Que efectos poden ter as imaxes manipuladas na saúde? ■ A que sector da sociedade prexudica máis? ■ Que medidas se tomaron no Reino Unido e en Noruega contra a difusión de imaxes retocadas?	

3. EXPOSICIÓN

3-4 minutos aprox.

Orientacións para o persoal avaliador: a persoa entrevistadora escollerá unha das alternativas das que se propoñen e, a partir dela, diralle á persoa candidata que faga unha **exposición de 2-3 minutos**, na cal defenda o seu punto de vista ou argumente sobre ese tema. Daráselle **1 minuto para pensar** ou organizar o seu discurso e indicárselle o seu tempo aproximado de duración. É moi importante que se realice esta parte para que a persoa candidata poida ser debidamente avaliada. Se a persoa candidata tarda en iniciar a súa exposición, poderáselle axudar con preguntas do tipo: Que opina vostede sobre isto? Está de acordo? Parécelle necesario? Quere engadir algo máis? Se non a realiza, haberá que respectar un pouco o seu silencio para deixar en evidencia que non está cumprindo esta parte da tarefa, pero **EN NINGÚN CASO** se pasará inmediatamente ás preguntas de interacción da seguinte parte.

Realice unha exposición acerca dos seguintes enunciados:

- A. Co inicio da era dixital, a manipulación fotográfica aumentou ata límites insospeitados e a imaxe converteuse nunha obsesión para moitos mozos e mozas.
- B. A constante exposición da vida e da imaxe nas redes sociais pode supoñer un perigo para a saúde física e mental de moitas persoas.
- C. A publicidade exerce unha grande influencia á hora de crear estereotipos de beleza, sobre todo nas mulleres.
- D. Grazas aos avances tecnolóxicos, a fotografía converteuse, nas últimas décadas, nun fenómeno de masas e nun medio de comunicación moi potente.

4. INTERACCIÓN
4 minutos aprox.

Orientacións para o persoal avaliador: logo da exposición, establecerase un diálogo coa persoa candidata. A opción de preguntas que se lle dará á persoa candidata (A, B, C...) debe coincidir coa opción do enunciado do ítem anterior. Agora ben, estas preguntas NON consisten nun interrogatorio; son só suxestións e DEBEN ADECUARSE, na medida do posible, ao discurso da persoa candidata. Ademais, é moi importante que se force a CONTRAARGUMENTACIÓN para poder avaliar a súa capacidade argumentativa.

OPCIÓN A

Co inicio da era dixital, a manipulación fotográfica aumentou ata límites insospeitados e a imaxe converteuse nunha obsesión para moitos mozos e mozas

- Parécelle que vivimos nunha sociedade onde a beleza manda e temos medo a sentirmonos rexeitados ou pouco desexables? Por que?
- Pensa que a sociedade penaliza a quen non segue o modelo estético dominante? Por que?
- Coida que a poboación xuvenil é a máis vulnerable á presión dos canons de beleza? Cre que a mocidade sente a ansia de encaixar nun modelo estético imposto? Por que?
- Considera que a autoestima dunha persoa se pode sustentar unicamente na imaxe? Non pensa que se deberían fomentar outros valores? Cales?
- Quen se deixa arrastrar máis polas imposicións estéticas: a muller ou o home? Por que?
- Pensa que o uso de redes sociais como Instagram fomenta o narcisismo e a presión estética? Por que?
- Opina que hoxe en día hai saturación de imaxes nas redes (Instagram, TikTok...)? Pensa que isto é positivo? Por que?
- Pensa que cada vez hai máis persoas que se rebelan cotra as imposicións estéticas e se mostran tal e como son? Por que?

(Se procede)

- Existen diferenzas ou semellanzas respecto deste tema entre Galicia e o seu lugar de orixe?

OPCIÓN B

A constante exposición da vida e da imaxe nas redes sociais pode supoñer un perigo para a saúde física e mental de moitas persoas

- Dos posibles efectos negativos que pode traer unha excesiva preocupación pola imaxe, cales lle parecen máis preocupantes, os físicos ou os mentais? Por que?
- Considera que hai moitas persoas, sobre todo, adolescentes, obsesionadas cos *likes* ou co número de seguidores que teñen? Pode isto chegar a causarlles ansiedade? Por que?
- Que opina das liposuccións, *liftings*, dietas milagre... para acadar ese modelo imposto? Pensa que todo vale con tal de encaixar no modelo de beleza preestablecido? Por que?
- Que opina do auxe das operacións de cirurxía estética en idades cada vez máis temperás? E dos retoques estéticos? Por que?
- Parécelle que se deberían fomentar modelos estéticos afastados da delgadeza nas mulleres ou do modelo musculado nos homes? Por que?
- Cre que os poderes públicos deben regular a difusión de canons de beleza pouco realistas? Parécelle que as autoridades deberían tomar medidas como prohibir anuncios de cosméticos onde as modelos aparecen altamente retocadas? Por que?
- Cómpre que os diferentes medios e redes sociais advirtan de que as imaxes mostradas foron sometidas a manipulación e en que nivel?

(Se procede)

- Existen diferenzas ou semellanzas respecto deste tema entre Galicia e o seu lugar de orixe?

OPCIÓN C

A publicidade exerce unha grande influencia á hora de crear estereotipos de beleza, sobre todo nas mulleres

- Cre que todo vale en publicidade? Inflúe a publicidade na nosa forma de consumir produtos de beleza? Por que?
- Parécelle que, en xeral, asumimos como prototipo o canon de beleza que nos venden os medios? Por que?
- Pensa que a influencia da publicidade é maior nas mulleres ou cada vez máis lles afecta tamén aos homes? Por que?
- Ten vostede a impresión de que as campañas publicitarias nos enganan e abusan da manipulación dixital coa finalidade de vender un produto? Pensa que esta estratexia lles funciona ou que somos o suficientemente críticos como para darnos conta? Por que?
- Lembra algún anuncio de produtos de beleza (cremas antiidade, maquillaxes...) onde as imaxes estean manipuladas e altamente retocadas? Cal? Cre que se deberían poñer límites na publicidade?
- Pensa que debería imperar a responsabilidade e a ética nos medios e na publicidade para proxectar na sociedade un canon de beleza real? Por que?
- Considera que as modelos femininas utilizadas en publicidade, en ocasións, presentan trazos pouco saudables? Deberían prohibirse este tipo de mensaxes publicitarias por atentar contra a saúde? Por que?
- Considera vostede que as novas pasarelas son as redes sociais nas que a diario se presentan e avalían imaxes a través dos *likes*? Por que?

(Se procede)

- Existen diferenzas ou semellanzas respecto deste tema entre Galicia e o seu lugar de orixe?

OPCIÓN D

Grazas aos avances tecnolóxicos, a fotografía converteuse, nas últimas décadas, nun fenómeno de masas e nun medio de comunicación moi potente

- Considera que a fotografía é o principal medio de expresión das xeracións máis novas ou de toda a sociedade en xeral? Por que?
- Pensa que a continua exposición de imaxes (fotografías, vídeos) nas redes é mostra da superficialidade da sociedade actual? Por que?
- Que opina dos retoques fotográficos? Cre que todo vale en fotografía?
- Considera que Instagram supuxo un cambio substancial respecto da manipulación fotográfica? Pensa que os *instagramers* buscan a estética perfecta á hora de compartir unha imaxe? Pretenden aumentar a súa autoestima? Por que?
- Coñece algunha aplicación para móbiles con funcións fotográficas similares ás do Photoshop (FaceTune, TikTok, Instagram, Snapchat...)? Que lle parecen?
- Que opinión lle merece que algunhas persoas poñan en risco a súa vida por lograr a foto perfecta?
- Que opina das persoas que publican toda a súa vida nas redes sociais a través de fotos e vídeos? Cre que esa sobreexposición é boa? Por que?
- Parécelle que a mocidade comparte fotos en redes «alegremente» sen decatarse de que dan máis información do que parece? Deberían ser máis conscientes dos problemas de seguridade? Por que?

(Se procede)

- Existen diferenzas ou semellanzas respecto deste tema entre Galicia e o seu lugar de orixe?

