

Celga



Certificado
Lingua
Galega

4

PROBA B (ORAL)

Caderno do persoal examinador



XUNTA
DE GALICIA

SECRETARÍA XERAL
DE POLÍTICA
LINGÜÍSTICA

C4-B-III-23

PARTE 1 (Texto escrito)

A continuación, lea vostede este artigo. Tome as notas que precise.

Na entrevista oral terá que:

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

Os medios de comunicación na sociedade actual



Os medios de comunicación son necesarios para o desenvolvemento da democracia e teñen un papel fundamental no funcionamento do Estado de dereito. Ter acceso á información é un dereito básico, por iso unha sociedade libre necesita unha prensa independente que

lles permita aos cidadáns e ás cidadás coñeceren en todo momento o que sucede na súa contorna para actuar en consecuencia.

Os medios de comunicación son poderosos e sempre exerceron unha grande influencia na sociedade pola súa capacidade para chegaren a toda a cidadanía. De feito, a través da súa liña editorial poden orientar a opinión pública e modificar condutas e comportamentos. Porén, hai que relativizar o seu poder porque en realidade están condicionados por unha serie de factores, fundamentalmente políticos e económicos, que limitan a súa independencia, restrinxen as súas funcións e, en consecuencia, fan que sexan vulnerables.

Durante a década dos noventa, coincidindo cun momento de prosperidade económica e aproveitando unha conxuntura favorable, a maioría das empresas de comunicación, impulsadas por unha ambición desmesurada, ampliaron o seu negocio con proxectos pouco sólidos que logo xeraron grandes perdas e regulacións de emprego drásticas. O seu obxectivo principal era a rendibilidade inmediata, por encima do interese informativo, e os grandes sacrificados foron os contidos. A espectacularización da información e a banalización impuxéronse para satisfacer as ditaduras dos índices de audiencia, que condicionaron dunha forma determinante a selección temática e o enfoque das noticias. Neste contexto, déuselles prioridade aos temas que garantían audiencias elevadas e descoidáronse as necesidades informativas das minorías.

Os principais grupos mediáticos fixéronse co control da información e da opinión pública, grazas a unha estrutura perfectamente diversificada con capacidade para chegar a todas as audiencias e, en moitos casos, controlada por multinacionais. A pertenza da maioría dos medios a grandes grupos de comunicación, algúns estranxeiros,

converteunos en empresas xornalísticas sen identidade porque, ao integrarse nunha superestrutura deseñada por investidores, onde se busca a rendibilidade por encima de todo, aos medios quédalles pouca marxe de liberdade para manter unha liña editorial coherente e adaptada ás necesidades informativas da súa contorna.

Por outra banda, os medios de comunicación sempre estiveron sometidos a cambios permanentes, impulsados pola evolución tecnolóxica e pola necesidade de ter cada vez máis influencia na sociedade e de obter unha maior rendibilidade. A informatización das redaccións, primeiro, e a dixitalización, despois, modificaron o panorama mediático. A prensa, a radio e a televisión tiveron que adaptarse a un escenario novo porque Internet e as redes sociais crearon un contexto cunhas esixencias moi concretas e uns retos difíciles de asumir para moitos medios, afeitos a funcionar cunhas estruturas tradicionais consolidadas. Internet e as redes sociais cambiaron completamente os parámetros informativos e comunicativos e a dixitalización dos medios obrigou a renovar moitos protocolos para adaptalos aos novos procesos de produción da información, que esixían novos perfís profesionais, novos coñecementos e novos códigos narrativos. Estes cambios tamén afectaron a audiencia porque cambiaron as formas de acceso aos contidos e o consumo da información, algo que obrigou a reformular o concepto de competencia, e mesmo o concepto de actualidade, e a ofertar contidos especializados para cubrir as necesidades informativas. Adaptarse ao novo escenario supuxo un esforzo extraordinario que moitos medios non conseguiron superar porque implicaba unha serie de transformacións que afectaban as estruturas clásicas, os procesos e os protocolos de traballo.

Ata a chegada de Internet, a competencia estaba perfectamente identificada porque cada soporte, mesmo cada medio, tiña unha identidade, un público específico e unha audiencia estable, pero agora a competencia chega desde outros circuitos que xa non están situados nun ámbito xeográfico concreto. Internet e as redes sociais non teñen límites territoriais e a competencia pode estar en soportes diferentes. Ademais, as redes sociais permítenlles aos cidadáns e ás cidadás accederen a todo tipo de fontes e coñecer detalles e informacións que ocultan algúns medios, interesados en transmitir unha verdade que non coincide sempre coa realidade. E o concepto tradicional de actualidade tamén quedou desfasado porque a tecnoloxía permite unha renovación constante e permanente, case instantánea, dos contidos. Ao mesmo tempo, a cidadanía está máis informada e é máis crítica, por iso os medios necesitan recursos e mecanismos para dar unha resposta inmediata a todas as esixencias e satisfacer as necesidades informativas dunha audiencia cada vez máis segmentada.

Grazas a Internet e ás redes sociais democratizouse o acceso á información. Porén, este acceso non é xeneralizado, a realidade é que desde este punto de vista existe un claro desequilibrio que produce a chamada fenda dixital. Os datos evidencian un abismo tecnolóxico duns países a outros; de feito, a Unión Internacional de Comunicacións, o organismo especializado da Organización das Nacións Unidas, advirte de que case a metade dos habitantes do planeta —arredor de 3600 millóns de persoas— non teñen acceso á Rede. Por outra banda, non todo o mundo está alfabetizado dixitalmente, é dicir, non todas as persoas contan con competencias para entender e aproveitar o potencial das novas tecnoloxías. E esta discriminación, a chamada fenda dixital, ten

consecuencias graves desde o punto de vista do acceso á información, xa que xera dúas categorías de cidadáns: os conectados e os desconectados. E, polo tanto, unhas consecuencias graves desde o punto de vista da exclusión social.

Texto traducido e adaptado da *Revista Internacional de Comunicación*

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. ■ Por que son importantes os medios de comunicación? ■ Cal era a situación dos medios de comunicación nos anos noventa? ■ Como influíron Internet e as redes sociais no ámbito dos medios de comunicación? ■ Que é a fenda dixital?	

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 indicaráselle 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. O poder dos medios de comunicación radica na súa capacidade de influencia na cidadanía.
- B. Internet e as redes sociais cambiaron completamente a maneira de obter e divulgar a información.
- C. Os medios de comunicación danlles prioridade aos temas banais e sensacionalistas para conseguiren maiores índices de audiencia.
- D. A cidadanía hoxe en día está mellor informada e é máis crítica.
- E. Grazas a Internet e ás redes sociais xeneralizouse o acceso á información.

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
O poder dos medios de comunicación radica na súa capacidade de influencia na cidadanía

- Parécelle que asumimos como certa e veraz toda a información que nos chega a través dos medios de comunicación? Por que?
- Cre que somos selectivos á hora de seleccionar os medios de comunicación para obter información? Por que?
- Opina que a cidadanía ten algunha responsabilidade no tipo de contidos e no enfoque que lle dan á información os medios de comunicación? Por que?
- Pensa que a irrupción de Internet provocou que a influencia dos medios de comunicación na sociedade sexa maior? Por que?
- Coida que a influencia dos medios de comunicación é a mesma e igual de importante nas persoas adultas ca nos nenos e adolescentes? Por que?
- Considera que debería haber algún control da información dirixida á xente máis nova? Por que?

(Se procede)

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

OPCIÓN B

Internet e as redes sociais cambiaron completamente a maneira de obter e divulgar a información

- Parécelle que a información que achega Internet e as redes sociais difire moito da que ofrece a prensa escrita? Por que?
- Pensa que a irrupción de Internet nos medios de comunicación fai que esteamos mellor informados? Por que?
- Cre que é necesaria esa renovación constante, case instantánea, da información que nos ofrece Internet? Por que?
- Opina que a nosa obsesión por estar constantemente informados se pode converter nunha necesidade enfermiza? Por que?
- Considera positivo ou negativo o feito de que calquera persoa poida divulgar información a través das redes sociais? Por que?
- Que opinión lle merecen as *fake news* ('noticias falsas')?

(Se procede)

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

OPCIÓN C

Os medios de comunicación danlles prioridade aos temas banais e sensacionalistas para conseguiren maiores índices de audiencia

- Coida que a audiencia demanda realmente este tipo de contidos e enfoques? Por que?
- Cre que se pode xustificar dalgún xeito que os medios de comunicación sacrifiquen a información a prol da rendibilidade? Por que?
- Considera que todo vale para aumentar a audiencia? Temos os telespectadores e os lectores algún tipo de responsabilidade a este respecto? Por que?
- Opina que o xornalismo sensacionalista prexudica a imaxe da profesión? Por que?
- Pensa que se deberían tomar medidas para limitar este tipo de contidos? Por que?
- Que temas e que tipos de enfoque bota vostede de menos nos medios de comunicación?

(Se procede)

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

OPCIÓN D

A cidadanía hoxe en día está mellor informada e é máis crítica

- Opina que antes da irrupción de Internet nos medios de comunicación as persoas estaban peor informadas ca hoxe en día? Por que?
- Considera que é necesario ter acceso a Internet e ás redes sociais para estar ben e mellor informados? Por que?
- Cre que o exceso de información pode chegar a provocar desinformación? Por que?
- Parécelle que máis información implica necesariamente ter máis capacidade crítica? Por que?
- Pensa que, en xeral, asumimos que a información que nos achegan os medios de comunicación é veraz? Por que?
- Está vostede de acordo con que, cada vez máis, os medios de comunicación buscan o sensacionalismo e os contidos baleiros para restarnos capacidade crítica? Por que?

(Se procede)

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

OPCIÓN E

Grazas a Internet e ás redes sociais xeneralizouse o acceso á información

- Parécelle que o acceso a Internet está realmente ao alcance de todos? Por que?
- Opina que a imposibilidade de utilizar as novas tecnoloxías por parte dalgunhas persoas ou colectivos pode supoñer un motivo de exclusión social? Por que?
- Coida que os poderes públicos deberían tomar medidas para evitar que se produzan situacións de discriminación no que ten que ver co acceso a Internet? Por que?
- Pensa que a maioría da xente opta por informarse a través de Internet ou que prefire a prensa escrita? Por que?
- Considera indispensable ter acceso a Internet para poder obter información? Por que?
- Cre que a información que achegan Internet e as redes sociais difire moito da que ofrece a prensa escrita? Por que?

(Se procede)

- Existen diferenzas respecto desta cuestión en Galicia e no seu lugar de orixe?

