

Concours A BCPST 2015
Epreuve écrite
Sujet « zéro » d'espagnol facultatif

1/ Traduzca al español (6 points)

La presse écrite sera-t-elle morte en 2032 ? M. Jeff Bezos l'avait annoncé l'an dernier. Il vient pourtant de racheter le *Washington Post*. Une contradiction ? Pas vraiment. Quand on possède Amazon, quand 1 % de sa fortune suffit pour acheter un titre qui, deux décennies plus tôt, en valait dix fois plus, on peut s'offrir quelques fantaisies. Détenir les clés du quotidien qui a révélé l'affaire du Watergate coûtera tout juste un peu plus cher à M. Bezos que son projet d'enfouir cent cinquante mètres sous terre au Texas une horloge qui donnera encore l'heure dans dix mille ans. La presse écrite sera-t-elle vraiment morte alors ?

Les journaux ne se vendent pas bien, c'est certain, et on les achète pour une bouchée de pain. En cinq ans, leur diffusion a baissé de 13 % en Amérique du Nord, de 24,8 % en Europe de l'Ouest et de 27,4 % en Europe de l'Est.

Le Monde diplomatique, octobre 2013

2/ Lea el texto y conteste a la pregunta (6 points)

El Rey afronta su mayor desafío desde el 23-F

Varios miembros de la Familia Real y de su equipo hablan de un estudio de tres expertos en marketing, John M. T. Balmer (Universidad de Braddford, Reino Unido), Sthephen A. Greyser (Harvard, EEUU) y Mats Urde (Lund, Suecia), que lleva el elocuente título de *Las monarquías como marcas*. En este estudio, para el que los profesores entrevistaron a los Reyes de Suecia, la princesa Victoria y varios miembros de su equipo de comunicación, concluyen que la institución se parece mucho a una marca empresarial y que en muchos casos se dirige como tal. La Monarquía, explican, depende de dos apoyos: el de la gente y el del Parlamento. Si pierde uno de los dos, está perdida.

El trabajo de los expertos insiste en la necesidad de la institución de preguntarse constantemente "¿cómo lo estamos haciendo?", de la misma manera que una marca se estaría preguntando qué nivel de aceptación tiene en el mercado. (...)

Con el regreso, en el verano de 2011, del diplomático Rafael Spottorno como jefe de la Casa —entre 1993 y 2002 había sido secretario general— y el posterior fichaje del periodista Javier Ayuso como director de comunicación, se quería “cambiar el paso”, dejar de salir tanto en las páginas de corazón, y empezar a salir más en las secciones de internacional, política y economía de los medios de comunicación. Pero acontecimientos en contra —la crisis, la imputación de Urdangarin, el error de Botsuana¹...— obligaron a precipitar esos cambios a costa de perder la iniciativa. Ya no se trataba, como en cualquier marca, de hacer planes o marcarse objetivos, como cuando el equipo de la Casa del Rey diseñó la estrategia para “consolidar la imagen del heredero” durante el noviazgo y matrimonio del Príncipe —“Era un trabajo sencillo porque tiene una formación sensacional. Todo el mundo se queda impresionado por los conocimientos que tiene. Hoy su aceptación es superior a la del Rey”, dice un ex empleado de la Casa—. Ahora no había tiempo de marcarse objetivos, sólo de reaccionar ante amenazas imprevistas para dejar de perder cuota de mercado.

Uno de los dos apoyos básicos, el de la ciudadanía, caía en picado, especialmente entre los jóvenes que ya nacieron en democracia y no atribuyen al Monarca la legitimidad que le dio su papel en la Transición y en el frustrado golpe del 23-F. El primer gran aviso llegó en octubre de 2011: un suspenso en el CIS². Hasta ese momento la Monarquía era una de las instituciones mejor valoradas. Los sondeos de Metroscopia muestran ese bajón: en 1998, un 72% prefería la Monarquía y solo un 11%, una República. En 2010, esa diferencia era de un 57% a 35%, y en 2012, de 53% a 37%. El Rey era el más perjudicado y el Príncipe aguantaba el chaparrón, pero quien mejor imagen sigue teniendo es la Reina —el último barómetro del Real Instituto Elcano la sitúa como la mejor embajadora de España, por delante de su hijo y de su marido—, quien ocupa la posición más difícil dentro de esa revolución en La Zarzuela, donde además de la Jefatura del Estado, hay una familia. (...)

Natalia Junquera, *El País*, 6 de enero de 2013

Pregunta :

Según la periodista, ¿qué imagen tiene hoy la monarquía en España? Conteste con sus propias palabras (100 palabras)

3/ Redacción en 200 palabras (8 points)

¿Se pueden reducir las monarquías a unas « marcas » ?

¹ En abril de 2012, el Rey se fracturó la cadera cuando se hallaba participando en un safari de elefantes en Botsuana, un país africano. La costosa cacería provocó un escándalo enorme en España por el que el Rey tuvo que pedir disculpas ante las cámaras de televisión.

² Centro de Investigaciones Sociológicas