



UNIVERSIDADES DE ANDALUCÍA
PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

**ANÁLISIS DE
TEXTO. LENGUA
CASTELLANA**

- Instrucciones:
- Duración: 1 hora y 30 minutos
 - Antes de contestar, lea atentamente las dos opciones A y B.
 - Elija una de éstas: la opción A o la opción B
 - La puntuación de cada pregunta está indicada junto al enunciado.

OPCIÓN A

TEXTO

El Banco de Santander está llevando a cabo una campaña de publicidad en la que aparecen las fotografías de hombres o mujeres (supuestos clientes de la entidad), acompañadas de un texto que reza así: "Gracias Isabel por hacernos el mejor del mundo". No sabemos qué controles ha pasado esta campaña, pero está mal escrita. El texto debería decir: "Gracias, Isabel, por hacernos el mejor del mundo". Isabel va entre comas porque se trata de un vocativo. Es posible que el redactor del texto no supiera utilizar las comas, pero también que las haya suprimido por ese rechazo absurdo que el mundo de la publicidad tiene hacia los signos ortográficos. Hace años, también en una campaña de publicidad, Telefónica, que era una empresa esdrújula, devino en Telefonica, una organización llana. Le arrebataron la tilde a una firma que debía todo a las matildes ¿Pero qué tienen ustedes contra los acentos, contra las comas, contra el lenguaje en general?

José Antonio Millán ha publicado un curioso libro, titulado Perdón imposible, en cuyo primer capítulo relata una anécdota demostrativa de cómo el desplazamiento de una coma puede cambiar el sentido de una frase y la trayectoria de una vida. Según la leyenda, le pasaron a Carlos V a la firma una sentencia que decía así: "Perdón imposible, que cumpla su condena". El emperador, que se había levantado generoso, cambió la coma de lugar, dejando el texto de este modo: "Perdón, imposible que cumpla su condena". De este modo, alguien se libró de la cárcel, quizá de la horca.

Todos hemos soñado con algún método para quedarnos con la calderilla de los bancos. Si el Santander me pasara las monedas de un céntimo que al final del día se le quedan entre las uñas, continuaría siendo el mejor banco del mundo y yo sería millonario. No lo hace porque sus directivos conocen mejor que nadie la importancia de los matices. Medio punto arriba o abajo en la cotización puede marcar la diferencia entre un buen y un mal ejercicio. Deberían ser con las comas tan escrupulosos como con los céntimos. Gracias, querido Banco de Santander, por escuchar esta recomendación, aunque tengas que modificar los originales de toda la campaña.

Juan José Millás, *El País*, julio de 2005.

PREGUNTAS

- Escriba un breve resumen del texto (puntuación máxima: 1 punto).
- Indique el tema y la organización de las ideas del texto (puntuación máxima: 2 puntos).
- Comentario crítico sobre el contenido del texto (puntuación máxima: 3 puntos).
- Responda a una de las dos cuestiones siguientes (puntuación máxima: 2 puntos):
 - Explique las relaciones sintácticas que se establecen entre las oraciones del siguiente fragmento:
No sabemos qué controles ha pasado esta campaña, pero está mal escrita.
 - Indique la categoría gramatical a la que pertenecen los elementos subrayados en el texto.
- Responda a una de las dos cuestiones siguientes (puntuación máxima: 2 puntos):
 - Explique las características más importantes del lenguaje periodístico.
 - Comente las características de los principales subgéneros periodísticos.