CNFPT

**CONCOURS EXTERNE D'ADMINISTRATEUR TERRITORIAL**

**SESSION 2010**

**Epreuve de langue vivante étrangère**

consistant en une version et un thème (chacun de 3000 à 3300 signes maximum)
et une composition écrite en langue étrangère portant sur une question posée se rapportant aux sujets abordés dans les textes proposés à la traduction,
destinée à apprécier la capacité du candidat à exprimer une position critique, structurée et argumentée sur les sujets abordés dans les textes proposés à la traduction

**Langue : ESPAGNOL**

# EPREUVE N° 39

**Durée : 5 h**
**Coefficient : 2**

# SUJET

.../...

**NOTA :**

- Les candidat(e)s ne doivent porter aucun signe distinctif sur les copies
- Les épreuves sont d'une durée limitée. Aucun brouillon ne sera accepté, la gestion du temps faisant partie intégrante des épreuves.

# VERSION (6 points)

## Los ciudadanos periodistas

La conmemoración del Día del Periodista puede resultar una buena oportunidad para hacer una pausa y reflexionar sobre la profesión, pero sobre todo, acerca de lo que esta labor significa en la Argentina actual.

Para ello será necesario entender que el periodista no es sino un eslabón –importante, pero sólo un eslabón– de una cadena de actividad humana que solemos nombrar comunicación. La comunicación –el proceso de comunicación, para ser más preciso– es una práctica social cooperativa de la que participan empresas, ciudadanos, dirigentes, líderes económicos, sociales y políticos y, también, periodistas. Si alguno de estos actores falta, falla la comunicación. Es cierto que, de la misma manera que los maestros y docentes son vitales para la educación, los periodistas lo son para la comunicación. Pero su importancia estratégica vale, en todo caso, para medir su responsabilidad y, en ningún caso, para arrogarse derechos por encima de los restantes actores del sistema. Los periodistas, aunque nos cueste admitirlo, nos equivocamos mucho y frecuentemente. Como lo afirmó el prestigioso periodista colombiano Javier Darío Restrepo en una conferencia recientemente dictada en Bolivia, el profesional de la comunicación tiene que « estar dispuesto a examinar las certezas de uno frente a las certezas del otro », partiendo de la seguridad de que « nadie tiene la verdad completa y nadie está en el error completo ».

Tan importantes como los periodistas lo son las empresas. Cada quien con intereses y funciones diferentes. Se puede decir que los periodistas venden su trabajo ; nunca que las empresas compran las opiniones o las ideas de éstos. Porque, como bien lo señala el código internacional de ética periodística (París, 1983), « la información se comprende como un bien social, y no como un simple producto », y esto significa que el periodista es « responsable no sólo frente a los que dominan los medios, sino, en último término, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales ».

Se puede pensar también la actividad periodística desde los fines. ¿Cuál es el bien que el periodismo aporta a la sociedad? La información es un bien social que sirve para el discernimiento de los individuos y de los colectivos sociales. Es diferente de un producto. Un producto se ofrece, es una mercadería sujeta a la oferta y la demanda. Un bien social no puede estar sometido solamente a estas reglas, porque afecta de manera directa al funcionamiento de la sociedad. Así, sostiene la filósofa Adela Cortina, la « meta del periodismo sería generar una opinión pública madura, de modo que haya ciudadanos y no vasallos, pueblo y no masa ».

La tarea periodística hoy más que nunca tiene que situarse y entenderse en términos sociales. Algo que resulta sumamente difícil dado el intervencionismo del poder en el escenario mediático y la hipermercantilización del negocio de la comunicación. Atendiendo a lo dicho al comienzo, el periodista termina siendo el eslabón más frágil, más débil, de esa cadena. Pero ello no lo exime de responsabilidades. El periodista tiene que ser un constructor de ciudadanía. Construir ciudadanía es aportar a la generación de opinión pública y hacerlo es trabajar, con honestidad y veracidad ciudadana.

**Washington Uranga, *Página 12*, Buenos Aires, 7 de junio de 2010**

# THÈME (6 points)

## Notre combat

Depuis vingt ans, *Le Monde diplomatique* annonce la formation d'un cyclone économique qui, aujourd'hui, dévaste les salles de rédaction et dépeuple les kiosques. L'analyse des causes ne prémunissant pas contre leurs effets, notre journal éprouve lui aussi les conséquences des intempéries. Moins que d'autres titres, et d'une manière différente : ni sa survie ni son indépendance ne sont en cause, mais les moyens manquent à son développement.

Si les tourments des médias indifférent une large fraction de l'opinion, c'est pour partie qu'elle a compris une chose : l'argument de la « liberté d'expression » sert souvent de paravent aux intérêts des propriétaires de moyens de communication. En 1934, le dirigeant radical Edouard Daladier fustigeait les « deux cents familles » qui « placent au pouvoir leurs délégués » et qui « interviennent sur l'opinion publique, car elles contrôlent la presse ». Trois quarts de siècle plus tard, moins d'une vingtaine de dynasties exercent une influence comparable, mais à l'échelle de la planète. Le pouvoir de ces nouvelles féodalités héréditaires — Murdoch, Bolloré, Bertelsmann, Lagardère, Slim, Bouygues, Berlusconi, Cisneros, Arnault… — excède souvent celui des gouvernements. Si *Le Monde diplomatique* avait dépendu de l'une d'entre elles, eût-il mis en cause le contrôle de l'édition par Lagardère ? Le destin qu'Arnault inflige à ses ouvrières ? Les plantations de Bolloré en Afrique ?

Tout le mal actuel, entend-on souvent, viendrait d'Internet. Mais la Toile n'a pas décimé le journalisme ; il chancelait depuis longtemps sous le poids des restructurations, du marketing rédactionnel, du mépris des catégories populaires, de l'emprise des milliardaires et des publicitaires. Alors, s'il faut vraiment « sauver la presse », l'argent public devrait être réservé à ceux qui accomplissent une mission d'information fiable et indépendante. Les intérêts de l'actionnaire et le commerce de « cerveaux disponibles » trouveront leurs ressources ailleurs.

En tout cas, quand il s'agit de l'avenir de ce journal, nous fondons notre optimisme sur une certitude, celle de pouvoir compter sur votre concours. Nous ne relèverons donc pas nos tarifs pour le moment. Nous les maintiendrons plus bas dans les pays pauvres. Nous poursuivrons l'accompagnement de nouvelles éditions. Nous demeurerons à la pointe des technologies multimédias, notamment pour atteindre les jeunes générations et assurer ainsi la transmission des valeurs intellectuelles et politiques de notre journal. Nous continuerons à commander davantage de grands reportages et d'enquêtes de journalistes, de chercheurs, de militants aussi, sur les conflits en cours, les crises, les alternatives, les expérimentations.

Nous comptons tant de complices : l'association des « Amis du *Monde diplomatique* » qui, chaque mois, organise des dizaines de débats autour des thèmes que nous développons ; les kiosquiers qui veillent à ce que notre journal reste bien exposé, et parfois le recommandent ; les enseignants qui le font connaître à leurs élèves ; la presse alternative qui tire profit de nos informations ; beaucoup de curieux, des journalistes francs-tireurs… Et vous tous, sans qui rien n'est possible.

**Serge Halimi, *Le Monde Diplomatique*, Paris, octobre 2009**

# COMPOSITION ÉCRITE (8 points)

Basándose en las dificultades y soluciones evocadas, así como en los principios formulados en estos dos artículos, Usted disertará acerca de las condiciones de posibilidad para que sobreviva una prensa que cumpla con sus deberes éticos

# ÉPREUVE N° 39