Tekst 1

EL RINCON LIBERAL

CARLOS RODRIGUEZ BRAUN

Los anuncios de Benetton

1 Muchos creen que la publicidad hace milagros y convence a cualquiera. Por eso me llamó la atención el poco eco de la noticia que salió publicada hace algún tiempo: la ruptura de la relación de 18 años entre el fotógrafo **Oliviero Toscani** y **Benetton**. La empresa emitió un comunicado reconociendo los méritos de Toscani, pero los medios confirmaron el profundo distanciamiento entre la familia Benetton y el célebre publicitario milanés.

2 En todo esto subyacía, naturalmente, la serie de 28 fotografías de condenados a muerte en Estados Unidos. Dos estados presentaron querellas contra la empresa y Luciano Benetton debió pedir disculpas públicas a los familiares de los condenados.

3 Es un grave error el pensar que el objetivo de la publicidad es llamar la atención. Si tal fuera el caso, a nadie le podría caber ninguna duda de que las campañas de Benetton diseñadas por Toscani fueron un éxito espectacular. Pero la publicidad no busca llamar la atención, sino algo mucho más difícil: vender.

4 Este objetivo fue conseguido durante mucho tiempo cuando Toscani puso el énfasis en la paz y la convivencia, con sus simpáticas fotografías de niños de razas diferentes. Esto sucedió a principios de los años 80. Al final de la década el asunto experimentó un giro. Empezaron las nubes de condones, el cura besando a la monja, el caballo montando a la yegua, el niño recién nacido cubierto de sangre, los enfermos de sida, las víctimas de la guerra, y así hasta la última genialidad de los que aguardan en el «corredor de la muerte».

5 Todo este movimiento vino acompañado de un curioso resultado: en varios países, pero sobre todo Estados Unidos, donde la empresa había cosechado notables triunfos, Benetton vendía cada vez menos. Varias de sus tiendas debieron cerrar.

6 La campaña de los condenados a muerte fue la gota que colmó el vaso. Y mucho. Como es habitual en la corrección política prevaleciente, todos los condenados tuvieron la oportunidad de hablar y, como suele ocurrir, se declararon inocentes y hablaron de todo lo divino y lo humano.

7 Bueno, de todo no, les faltó una cosa, que sobresalió cuando se organizó una extraña manifestación frente a las oficinas de Benetton en Nueva York: estaba formada por familiares de las víctimas asesinadas por los «modelos» que había escogido Oliviero Toscani. Después vino la Asamblea de California, con mayoría demócrata, que votó una resolución pidiendo a todos los californianos que no compraran ropa de Benetton.

8 Y finalmente Toscani debió decir adiós.

9 No vale argumentar que sus imágenes reflejaban problemas reales, porque la publicidad no está para resolverlos. Solamente una época mentecata como la nuestra puede seriamente creer que la imagen de una cuestión contribuye a su solución: la mayor parte de las veces es un prejuicio que alimenta otros.

10 Pero al menos un prejuicio ha sido despejado: no es cierto que las empresas puedan hacer cualquier cosa con el público.

Adaptado de: Cambio 16

Let op: beantwoord een open vraag altijd in het Nederlands, behalve als het anders is aangegeven. Als je in het Spaans antwoordt, levert dat 0 punten op.

Tekst 1 Los anuncios de Benetton

1p **1** ■ ¿Qué se sabe de Oliviero Toscani por el primer párrafo?
- **A** Fue atacado en la prensa por sus fotos publicitarias.
- **B** Fue el director presidente de Benetton.
- **C** Ha dejado de trabajar para Benetton.
- **D** Hizo fotos controvertidas de la familia Benetton.

1p **2** □ Waarom wordt in alinea 2 de serie van 28 foto's expliciet genoemd?

1p **3** ■ ¿A qué se refiere "éxito espectacular" (línea 23)?
- **A** A la gran calidad artística de las campañas de Benetton.
- **B** Al aumento explosivo de las ventas de los productos de Benetton.
- **C** Al gran impacto que produjeron las campañas de Benetton en el público.

Lees de regels 26-31 ("Este ... 80.").

1p **4** □ Wat gebeurde er begin jaren tachtig en wat was daarvan de oorzaak?
De firma Benetton …. door ….. (*vul de zin aan*)

Lee los párrafos 4 y 5.

1p **5** ■ ¿Por qué se enumeran las fotografías de las líneas 32-38 ("Empezaron ... muerte».")?
Para indicar
- **A** el optimismo de la campaña de Toscani.
- **B** la crítica sociopolítica de la campaña de Toscani.
- **C** las causas de los problemas que empezó a tener Benetton.
- **D** los motivos por los cuales Benetton prohibió una nueva campaña.

"un curioso resultado" (regel 40).

1p **6** □ Waarom was het resultaat "curieus"?

1p **7** ■ ¿Qué se puede poner delante de "Varias de ..." (línea 44)?
- **A** Por casualidad
- **B** Por ejemplo
- **C** Y por lo menos
- **D** Y por lo tanto

Lees alinea 6 en 7.
Na de serie foto's van de ter dood veroordeelden ontstonden problemen tussen Toscani en Benetton.

2p **8** □ Noem twee gebeurtenissen die leidden tot de escalatie van deze problemen.

1p **9** ■ ¿Qué dice el autor sobre la publicidad en el párrafo 9?
La publicidad
- **A** ayuda a eliminar prejuicios.
- **B** da una visión deformada sobre los problemas reales.
- **C** no aporta soluciones a los problemas que retrata.
- **D** puede servir para solucionar problemas mundiales.

1p **10** ■ ¿Con qué líneas del texto está relacionada la frase "no es cierto ... público." (líneas 75-76)?
- **A** Líneas 1-2 ("Muchos ...cualquiera.").
- **B** Líneas 18-20 ("Es ... atención.").
- **C** Líneas 23-25 ("Pero ... vender.").
- **D** Líneas 66-68 ("No vale ... resolverlos.").