



# Cambridge International AS Level

FIRST LANGUAGE SPANISH

8665/21

Paper 2 Reading and Writing

May/June 2022

INSERT

1 hour 45 minutes

## INFORMATION

- This insert contains the reading passages.
- You may annotate this insert and use the blank spaces for planning. **Do not write your answers** on the insert.

## INFORMACIÓN

- Este cuadernillo de lectura contiene los textos de lectura.
- Si lo desea, puede hacer anotaciones en este cuadernillo de lectura y usar los espacios en blanco para planificar sus respuestas. **No escriba sus respuestas** en el cuadernillo de lectura.



This document has 4 pages. Any blank pages are indicated.

## Sección 1

Lea el **Texto 1** y conteste en el Cuadernillo de Examen las **Preguntas 1, 2 y 3**.

**Texto 1**

**Mujeres que desafían la pobreza**

A Fabiola Jiménez le dijeron una y otra vez que aquello era una “pérdida de tiempo”, que no podía “dejar tirado al marido”, que su obligación era “atender la casa”. También se lo repetían a otras muchas mujeres que forman parte del proyecto Agricultura Urbana de Quito, Ecuador. El proyecto tiene 3500 huertos orgánicos y, desde 2002, permite a muchas personas marginadas mejorar su dieta. Algunos incluso han empezado un negocio ecológicamente sostenible.

5

Fabiola siempre fue ama de casa, pero “con este proyecto ya no estoy esclavizada en el hogar” comenta, mientras empaqueta el maní que vende en los mercados semanales. Su marido ha pasado de criticarla a ayudarla. “He aprendido a demostrarme que no soy inútil”, explica Fabiola. “Me alegra decir que hemos podido crear un grupo de apoyo entre mujeres y así podemos aprender de la mano”. El 53% de la producción se destina al autoconsumo y el 47% a la comercialización, que coordina el ayuntamiento.

10

Más del 80% de los 4000 agricultores urbanos son mujeres. La clave del éxito de esta iniciativa radica en cómo se coordinan los propios productores para garantizar que sea viable económicamente. Cooperan para transportar su mercancía a los mercados. Juntos buscan soluciones comunitarias a sus necesidades.

15

Los productores reconocen que podrían llenar un hueco en el suministro de alimentos, algo a tener en cuenta en Quito, debido a su dependencia del abastecimiento exterior. “El último año vendimos aquí en la ciudad unos 300000 dólares dentro del proyecto. Es chévere porque logramos que el dinero se quede en Quito, y eso es muy bueno. El problema era que tan solo un 5% de lo que se consumía en Quito era local, pero ya hemos conseguido una subida hasta el 20%”, señala Fabiola.

20

Estos huertos no son un mero pasatiempo. Además de los beneficios económicos, también contribuyen a proteger el medio ambiente. Con esta intención, los productores autogestionan el abono. Esther Casas, que regenta su propia granja, explica: “El abono de mis animales se lo vendo a las compañeras. Es muy natural, no tiene productos tóxicos”, dice orgullosa. “Mi vida ha cambiado bastante”, continúa. “Ahora me gano el pan y no tengo que esperar que mi esposo me dé dinero”. Como Fabiola, Esther ha encontrado en sus cultivos y productos una válvula de escape para ser autosuficiente.

25

30

**Sección 2**

Ahora lea el **Texto 2** y conteste en el Cuadernillo de Examen las **Preguntas 4 y 5**.

**Texto 2****Segovia contra la publicidad sexista**

Segovia se ha convertido en pionera en la lucha contra una práctica demasiado habitual. “Si no luchamos nosotras por acabar con el machismo, ¿quién lo va a hacer? En Segovia tenemos claro que hay una minoría que no respeta a la otra mitad de la población. Por eso no hay duda de que hay que luchar desde todos los frentes. Somos una ciudad pequeña, sí, pero el machismo está en todas partes”. Quien así habla es la alcaldesa de Segovia, que apoya el compromiso del Parlamento europeo contra la publicidad sexista.

A través de la aprobación de un reglamento municipal, la iniciativa procura promover el respeto a la dignidad de todas las personas. También prohíbe la difusión de imágenes denigrantes de la mujer en publicidad, por ejemplo en el transporte y los espacios públicos. Lo que se quiere lograr es igualar el tratamiento de las mujeres y los hombres. Se prevé que otras ciudades españolas, como Madrid o Barcelona, por mencionar las más populosas, apoyen la iniciativa en el futuro.

Para adherirse a esta iniciativa, los ayuntamientos firman la Carta de Compromiso contra la publicidad sexista. “Los ciudadanos absorben todos los mensajes estereotipados que están en la vía pública. Y no digo nada si son niños o adolescentes. Por desgracia, este tipo de publicidad fomenta ideas poco realistas sobre feminidad y masculinidad”, continúa la alcaldesa.

Y Segovia, con orgullo, se ha puesto manos a la obra. “Por un lado, no habrá imágenes en las que la mujer se represente como objeto”, explica la alcaldesa. “Además, el Ayuntamiento desarrollará programas de educación para la igualdad en centros educativos. Habrá también una campaña específica de sensibilización que incluirá a empresarios, a profesionales de la publicidad e incluso a la Policía Local. Asimismo, los propios ciudadanos podrán denunciar aquellas prácticas que no respeten el reglamento”.

Al hombre le gustan los coches; a la mujer, poner lavadoras. Las niñas deben aprender a cocinar; los niños a hacer bricolaje. Aunque parezca mentira, existen todavía campañas publicitarias que siguen fomentando estas ideas. También hay que condenar lo que conduce a la cosificación de las mujeres porque les quita estatus profesional y social en pleno siglo XXI. A partir de ahora, esto no se va a ver por las calles de Segovia.

**BLANK PAGE**

---

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (UCLES) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

To avoid the issue of disclosure of answer-related information to candidates, all copyright acknowledgements are reproduced online in the Cambridge Assessment International Education Copyright Acknowledgements Booklet. This is produced for each series of examinations and is freely available to download at [www.cambridgeinternational.org](http://www.cambridgeinternational.org) after the live examination series.

Cambridge Assessment International Education is part of Cambridge Assessment. Cambridge Assessment is the brand name of the University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is a department of the University of Cambridge.