

UNIVERSITY OF CAMBRIDGE INTERNATIONAL EXAMINATIONS  
General Certificate of Education  
Advanced Subsidiary Level and Advanced Level

**SPANISH**

**8665/02**

**8685/02**

**9719/02**

Paper 2 Reading and Writing

October/November 2005

**1 hour 45 minutes**

Additional Materials: Answer Booklet/Paper

**READ THESE INSTRUCTIONS FIRST**

If you have been given an Answer Booklet, follow the instructions on the front cover of the Booklet. Write your Centre number, candidate number and name on all the work you hand in. Write in dark blue or black pen on both sides of the paper. Do not use staples, paper clips, highlighters, glue or correction fluid. Dictionaries are not permitted.

Answer **all** questions in **Spanish**.

The number of marks is given in brackets [ ] at the end of each question or part question.

You should keep to any word limit given in the questions.

At the end of the examination, fasten all your work securely together.

**EN PRIMER LUGAR, LEE ESTAS INSTRUCCIONES**

Si se te ha dado un Cuadernillo de Respuestas, sigue las instrucciones de la tapa del Cuadernillo. Escribe el número del Centro, el número de estudiante que se te ha adjudicado y tu nombre en todo el trabajo que vayas a entregar.

Usa tinta azul oscura o negra y escribe en ambos lados del papel.

No uses ni grapadora, ni clips, ni rotulador, ni goma de pegar, ni corrector líquido.

No se permite el uso de diccionario.

Contesta **todas** las preguntas en español.

El puntaje se da entre corchetes [ ] al final de cada pregunta o parte de la misma.

Debes ceñirte al límite de palabras indicado en cada pregunta.

Al terminar el examen, sujeta bien todo tu trabajo.

This document consists of **5** printed pages and **3** blank pages.



## SECCIÓN PRIMERA

Lee el texto que sigue y contesta las preguntas:

## Los productos *light*, bajo el microscopio

Publicitados hasta el infinito, han revolucionado nuestra alimentación. Pero los expertos avisan: los productos bajos en calorías no siempre son lo que prometen. Ya no son una moda; se han convertido en hábito. Desnatados, bajos en grasas o sin azúcar, los alimentos *light* se han abierto un hueco en el carro de la compra de muchos españoles que confían en que les ayuden a mantener la línea. En esa confianza, demasiado a menudo se olvida que no son productos milagro y que su consumo no es garantía de adelgazamiento. Así, los expertos en nutrición y endocrinología reunidos en el recientemente celebrado Congreso Nacional de la Sociedad Española de Nutrición Básica y Aplicada (SENBA) han puesto en duda su utilidad nutricional ya que “suponen un equívoco en nuestra forma saludable de alimentarnos”.

5

10

El equívoco fundamental es el de creer que estos productos adelgazan; como suelen decir los nutricionistas, sólo adelgaza lo que nos dejamos en el plato. Todo lo más, pueden ayudarnos a no engordar, pero siempre en el marco de una dieta equilibrada. “El engañoso concepto de alimento *light* transmite una imagen falsa de sus posibilidades en la medida en que hace pensar al consumidor que tomar habitualmente estos productos le protege contra la obesidad...” señala Consuelo López, profesora de la Escuela Nacional de Sanidad.

15

Esta creencia en las propiedades adelgazantes de dichos productos se vuelve muchas veces en contra de quienes quieren perder peso. Del mismo modo que la etiqueta *light* en los cigarrillos podía inducir a que se fumara más, esta etiqueta en los alimentos también puede provocar un mayor consumo. Tal y como asegura Consuelo López, “a estos alimentos se les añade agua, normalmente un 50 por ciento, para aligerarlos. Lo que ocurre es que entonces saben menos y por eso se toma más cantidad. Y engorda más tomarse tres cucharadas de una mayonesa *light* que una de la normal. Sin embargo, en cuanto a los caramelos o chicles sin azúcar, tienen la ventaja de que no provocan caries pero engordan exactamente igual”.

20

25

Pero no es de extrañar que el concepto *light* se haya extendido enormemente en una sociedad en la que el patrón, no sólo de belleza sino de éxito, viene marcado por modelos que utilizan la talla 36 o 38, y en la que el consumidor no deja de recibir mensajes publicitarios incitándole a adquirir estos productos para mejorar su estilo de vida. Así, la inversión en comunicación publicitaria en tales productos, sin azúcar, bajos en calorías y desnatados ascendió en 2005 a 75.2 millones de euros, un 6.81% del total de inversión publicitaria de alimentación.

30

1 Busca expresiones en el texto que sean equivalentes a las que aparecen abajo:

*Ejemplo:* han cambiado radicalmente lo que comemos  
*Respuesta:* han revolucionado nuestra alimentación

- (a) han cuestionado su valor [1]
- (b) la principal idea errónea [1]
- (c) los que desean adelgazar [1]
- (d) no es una sorpresa que [1]
- (e) animándole a comprar [1]

[Total : 5 puntos]

2 Cambia cada una de las siguientes frases, expresando las mismas ideas, pero usando la forma exacta de la palabra o las palabras que aparecen entre paréntesis ( ).

*Ejemplo:* Ya no son una moda (líneas 2 a 3) (han dejado)  
*Respuesta:* Han dejado de ser una moda

- (a) ...su consumo no es garantía de adelgazamiento [líneas 6 a 7] (garantiza) [1]
- (b) como suelen decir... [líneas 12 a 13] (acostumbrados) [1]
- (c) ...puede provocar un mayor consumo [línea 22] (animarles) [1]
- (d) ...en cuanto a los caramelos... [línea 26] (referencia) [1]
- (e) ...no deja de recibir mensajes... [líneas 30 a 31] (sigue) [1]

[Total : 5 puntos]

3 Contesta **en español** las siguientes preguntas, **sin copiar frases completas del texto**.

*(El número de puntos está indicado al final de cada pregunta. Hay 5 puntos adicionales por la calidad del lenguaje usado. Puntuación total: 15 + 5 = 20.)*

- (a) ¿Qué quiere decir el autor al afirmar que los productos *light* "...se han abierto un hueco en el carro de la compra de muchos españoles"? (líneas 4 a 5) [3]
- (b) Según el segundo párrafo, ¿cuál es exactamente el "equivoco" con respecto a estos alimentos? [3]
- (c) En el tercer párrafo, el autor se refiere a los cigarrillos. ¿Por qué? [3]
- (d) En el tercer párrafo, según Consuelo López, ¿cuál es el problema con los productos *light*? [3]
- (e) Según el último párrafo, ¿cómo se explica la popularidad de estos productos en la sociedad? [3]

[Total : 20 puntos]

## SECCIÓN SEGUNDA

Ahora lee este segundo texto y contesta las preguntas:

## *Una dieta más atractiva para diabéticos*

Los expertos coinciden en destacar que las personas con diabetes pueden comer de todo en prácticamente todo tipo de presentaciones culinarias, pero controlando las cantidades de los alimentos en cada comida. “Hasta hace poco, a las personas diabéticas se les imponía una dieta restrictiva y monótona que no dejaba posibilidad al paciente de disfrutar de la buena mesa. Sin embargo, ningún alimento está prohibido en la dieta que debe llevar a cabo una persona con diabetes” afirma Ramón Baselga, jefe de nutrición en el Hospital Reina Cristina en Madrid, quien ha participado en la elaboración de la obra *Delicias para diabéticos*. Este libro ha recogido recetas de cocina de 52 restaurantes de toda España, representativos de la cocina típica de cada Comunidad.

Según el señor Baselga, el libro es una herramienta de gran valor para los médicos con interés específico en diabetes porque ofrece una alternativa atractiva comparada con la manera tradicional de tratar la condición. La dieta es, junto a la educación diabetológica, el ejercicio físico, los antidiabéticos orales o la insulina y el tratamiento farmacológico de los factores de riesgo cardiovasculares asociados, uno de los pilares básicos del manejo de la diabetes.

La dieta no sólo debe reducir el porcentaje de hidratos de carbono de absorción rápida sino que también debe considerar la reducción de las grasas saturadas, ya que en la diabetes el riesgo de complicaciones cardiovasculares está aumentando en comparación con la población general. Según los expertos, la dieta debe ser personalizada al estilo de vida y la realidad social de cada individuo, pactada con el paciente y de fácil cumplimiento, lo que requiere la instrucción del enfermo y la utilización de métodos fáciles de aceptar y manejar por éste. Muchos de los fracasos en el cumplimiento de la dieta para diabéticos se deben a errores del propio médico al no saber transmitir adecuadamente una motivación y una dieta adaptada a cada paciente.

4 Contesta **en español** las siguientes preguntas, **sin copiar frases completas del texto**:

(El número de puntos está indicado al final de cada pregunta. Hay 5 puntos adicionales por la calidad del lenguaje usado. Puntuación total: 15 + 5 = 20.)

- (a) Explica las palabras de Ramón Baselga en el primer párrafo con respecto a la dieta y las personas con diabetes. [4]
- (b) Según el segundo párrafo, ¿cuál es la utilidad del libro *Delicias para diabéticos*? [2]
- (c) Aparte de la dieta, ¿cuáles son los pilares básicos del manejo de la diabetes? Menciona tres. [3]
- (d) En el último párrafo, ¿qué dicen los expertos con respecto a cada individuo y la dieta diabética? [4]
- (e) ¿Por qué hay tantos “fracasos” con estas dietas diabéticas? [2]

[Total : 20 puntos]

5 Escribe **en español un máximo de 140 palabras** para completar las **dos** tareas siguientes.

- (a) Escribe un resumen de lo que se dice en los dos textos sobre los problemas asociados con los productos *light* y con la dieta diabética. [10]
- (b) ¿Cuál es tu opinión de la dieta tradicional en tu país? [5]

**(NOTA: Escribe un máximo de 140 palabras.)**

[Calidad del lenguaje : 5]

[Total : 20 puntos]





**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.

University of Cambridge International Examinations is part of the University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is itself a department of the University of Cambridge.

9719/02/O/N/05