



Cambridge International Examinations
Cambridge International General Certificate of Secondary Education

FIRST LANGUAGE SPANISH

0502/02

Paper 2 Reading Passages

October/November 2014

2 hours

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.

Do not write your answers on the question paper.

Write your Centre number, candidate number and name on all the work you hand in.

Write in dark blue or black pen.

Do not use staples, paper clips, glue or correction fluid.

DO NOT WRITE IN ANY BARCODES.

Answer **all** questions.

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

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

EN PRIMER LUGAR, LEA ESTAS INSTRUCCIONES

Si se le ha dado un Cuadernillo de Respuestas, siga las instrucciones de la tapa del Cuadernillo.

No escriba en estas hojas de examen sus respuestas.

Escriba el número del Centro, el número de estudiante que se le ha adjudicado y su nombre en todo el trabajo que vaya a entregar.

Use tinta azul oscura o negra.

No use grapas, ni clips, ni goma de pegar, ni corrector líquido.

NO ESCRIBA EN LOS CÓDIGOS DE BARRAS.

Conteste **todas** las preguntas.

Al terminar el examen, si usa más de una hoja, únalas bien.

El número de puntos se da entre paréntesis [] después de cada pregunta y sus apartados.

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

Parte 1

Lea el **texto A** detenidamente y conteste a las **preguntas 1 y 2**

Texto A

RATING

¿Qué significa tener una idea en televisión? Eso es lo peor: una idea puede ser cualquier cosa, puede ser un palpito, una intuición, una estupidez; una idea puede ser todo o nada. Por lo general, es nada. En el poco tiempo que llevo aquí, ya me he tropezado con muchas ideas. Tuve que leer y redactar un informe sobre el proyecto de un viejo libretista que tiene la idea de escribir una telenovela de intriga religiosa. Dice que la audiencia está en una *búsqueda espiritual*. La sinopsis me pareció horrible. Es una historia de amor entre una monja carmelita y un peregrino musulmán. *Dos corazones y un solo cielo*, así se llama. A mí me pareció una porquería. 5

En otra ocasión, el señor Quevedo me mandó a reunirme con la directora del departamento de mercadeo que también tenía una idea. Había diseñado un programa de concursos para amas de casas. El certamen estaba centrado en las tareas domésticas, pero con una variable diferente: los animadores serían niños menores de diez años. Mi jefe casi lloró de la risa cuando le conté esa idea. Pero igual levantó el teléfono y habló con la directora del departamento de mercadeo, la felicitó, seriamente, fingió gran entusiasmo, le aseguró que la idea era excelente, que de inmediato estaba pasándosela al Comité de Programación. Colgó y echó el proyecto en la basura. ¿Qué otra cosa tenemos pendiente para hoy?, me preguntó. 10

¿Es posible saber cuándo una idea es buena o mala? ¿Es posible, acaso, saber si una idea puede ser un fracaso total o un éxito tremendo? No. No hay método. Nadie tiene la receta. Nadie puede saberlo aunque todo el mundo actúa como si lo supiera. Ésa es otra de las leyes secretas de la producción televisiva. Esta industria es genéticamente mentirosa. Aquí, todo el mundo miente de manera compulsiva. A toda hora y de cualquier forma. En el fondo, a veces siento que hay más ficción de este lado de la pantalla, en el interior de la industria, que en todos los programas que salen al aire. No hay forma de sobrevivir dentro del canal sin engañar a los demás. 15

La pantalla está congelada, dijo el señor Quevedo. Todo el mundo está esperando que hagamos algo, ¿entiendes? Le dije que sí, asintiendo levemente con la cabeza. 20

Pero en realidad no entendía demasiado. Por suerte, él se explayó: la competencia nos tiene fritos desde hace dos meses. Nos traen vueltos pomada. No levantamos el *rating* con nada. Necesitamos sacudir el canal. Necesitamos un producto que sea un palazo, que obligue a la audiencia a voltear hacia nosotros. 25

Dio unos pasos, movió la mano en el aire. Ya nos llegó la hora. Hablaba como si estuviera solo. Para eso está la vicepresidencia de Proyectos Especiales. Pero de vez en cuando me miraba. Ésa fue la conclusión del Comité. Se paró en seco. Quieren que inventemos un milagro. Volvió a mirarme. 30

Sentí que mi deber era decir algo, decir una frase pequeñita, aunque fuera, para demostrar que estaba siguiendo de cerca su monólogo. Pero no se me ocurría nada. Él alzó la mano, como queriendo tranquilizarme. Estaba eléctrico. Hablaba de manera muy directa, sin gastar demasiadas palabras. 35

Menos mal que a mí se me ocurrió una idea, dijo. El silencio fue como un latigazo. Cayó así, de pronto, entre nosotros. Yo seguía sin saber qué decir. Por suerte, el señor Quevedo tampoco estaba pendiente de escucharme. 40

- 1 **Imagine que usted es un(a) amigo/a del joven del texto** y usted está deseando trabajar en la televisión. Un día queda con él/ella para hablar de su experiencia en este trabajo. En su conversación desea conocer:

- (a) Qué es fundamental en este tipo de trabajo
- (b) En qué consiste la originalidad de cualquier programa
- (c) Cómo es el ambiente en el que trabaja.

Escriba unas 200–250 palabras. Base su escrito en la información que le da el pasaje y en las ideas en él expuestas, utilizando sus propias palabras.

Empiece su conversación:

Amigo/a (usted) – ¿Qué tal te va tu nuevo trabajo?

Joven – Bueno, qué quieres que te diga...

(Del total de 20 puntos, quince corresponderán al contenido de su respuesta y cinco a la calidad de su redacción)

[20 puntos]

- 2 Vuelva a leer las líneas 31 a 41 (desde 'Dio unos pasos ...' hasta '...pendiente de escucharme').

Seleccione y comente las palabras y expresiones de este fragmento que transmiten cómo Don Quvedo mantiene la atención del muchacho. Sus comentarios deben explicar cómo las citas que usted ha escogido comunican la tensión del momento.

[10 puntos]

Parte 2

Lea el **texto B** detenidamente y responda a la **pregunta 3** que se basa en **ambos textos, A y B**.

Texto B

¿Es la tele un lujo o una necesidad?

Hasta 1959 en España no se produjeron televisores, eran un producto de gran lujo que había que importar desde el extranjero. Se calcula que a comienzos de la década de los años sesenta, en todo el país sólo unas cincuenta mil familias poseían el preciado electrodoméstico.

A partir de los años sesenta, se plantean políticas para incentivar el consumo y potenciar la penetración del medio en la sociedad. Así en 1961 se anuló el impuesto de lujo a los aparatos y en 1962 se permitió la venta a plazos de los televisores; hasta ese momento existía un aceptable mercado de alquiler de aparatos. Al final de la década se considera que la televisión tiene una amplia cobertura en España con un 40% en los hogares del país, aunque apenas llegan al 25% en áreas rurales. Nadie puede negar que en esos años el consumo de televisión no es sólo familiar sino relativamente público si consideramos la práctica extendida en las ciudades de los primeros años sesenta, de ver programas en la casa de familiares y amigos o, ya en la segunda mitad de la década, el habitual consumo en bares o en la red de teleclubs en las zonas rurales. A la altura de 1966 el aparato televisivo ocupa en las encuestas oficiales el séptimo lugar en los deseos de posesión de bienes de consumo en las ciudades y nada menos que un duodécimo en las localidades rurales. Para aquellos españoles de los sesenta la televisión se considera menos necesaria que la radio, el agua caliente, la nevera eléctrica, la máquina de coser o la lavadora.

En la segunda mitad de la década de los años sesenta, cuando los españoles han legitimado a la televisión como su principal forma de ocio, TVE vive su particular edad de oro. Sin problemas financieros significativos, la televisión española se ha convertido, en poco más de una década, en una máquina de hacer dinero, con capacidad de producción para elaborar programas competitivos. Probablemente, el salto adelante se basó en que en España, a diferencia del resto de las emisoras europeas en donde la publicidad televisiva estaba prohibida o muy limitada, los ingresos se conseguían a partir de lo que se recauda por los anuncios emitidos, por lo que si necesitaban mayores presupuestos, bastaba con aumentar el tiempo de publicidad o subir las tarifas de los anuncios. Ahora bien, el criterio básico consiste en programar lo que el público demanda y tiene interés en consumir. Se trata de buscar en todos los casos el mayor número de audiencia o al menos crear un equilibrio entre lo que cuesta un programa y lo que recauda por los ingresos publicitarios. Se abandona por tanto el deseo de crear una dieta equilibrada para todos los segmentos sociales. Por este motivo han desaparecido o han sido enviados a horarios muy marginales programas parcialmente minoritarios como los programas infantiles de la tarde.

La televisión en España ha cambiado drásticamente en la última década. Al margen de los cambios económicos y la proliferación de ofertas de pago digitales o la misma presencia de televisiones de cobertura local, si nos centramos en la oferta, puede decirse que hace diez años primaba una lógica que se denominaba de servicio público, que a grandes rasgos definiríamos como aquella en la que destacaba el deseo de incidir cultural o políticamente en la audiencia. Las estrategias programáticas de las cadenas públicas estatales o autonómicas estaban aceptablemente al margen de las leyes del mercado y de hecho el éxito o fracaso de un programa no se valoraba por la audiencia conseguida o por la publicidad que conseguía. Desafortunadamente la oferta televisiva de la última década se ha inclinado hacia los gustos e intereses de los grandes consumidores.

3 Lea el **texto B** y lea nuevamente el **texto A**.

Resume lo que dicen los dos textos A y B sobre el crecimiento del medio televisivo. Se debe considerar los siguientes aspectos:

(a) Los efectos de las exigencias actuales

(b) Lo que ha ofrecido la televisión desde su comienzo en España.

Escriba el resumen en unas 250 palabras en total. Base su escrito en la información y las ideas expuestas en los textos, utilizando sus propias palabras.

(Del total de 20 puntos, quince corresponderán al contenido de su respuesta y cinco a la calidad de su redacción.)

[20 puntos]

Copyright Acknowledgements:

Questions 1 & 2 © Alberto Barrera Tyzska; *Rating*; Anagrama Editorial; 2011.

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.

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