

Sábado, 19 de noviembre de 2011

# CE1

- PRUEBA 1 COMPRENSIÓN DE LECTURA Y USO DE LA LENGUA
- PRUEBA 2 COMPRENSIÓN AUDITIVA Y USO DE LA LENGUA

CÓDIGO DE EXAMEN: **25**



# INSTRUCCIONES PARA RELLENAR LAS HOJAS DE RESPUESTA

- Use lápiz.
- Para HACER LAS MARCAS rellene completamente la casilla correspondiente a la opción elegida, siguiendo el ejemplo:

## ¡ATENCIÓN!

### FORMA DE MARCAR

CORRECTA

A	B	C	D
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INCORRECTA

A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

- USE ÚNICAMENTE LÁPIZ DEL NÚMERO 2.
- CORRIJA BORRANDO INTENSAMENTE.

- Para marcar el NÚMERO DE INSCRIPCIÓN DEL CANDIDATO
  - Son los cuatro últimos números de su código de inscripción (está en su hoja de inscripción).
  - Escriba un número en cada casilla de la parte superior de la columna.
  - Después, marque un número en cada columna.

Ejemplo:

**HOJA DE INSCRIPCIÓN**

**ADMINISTRATIVA DEL CENTRO DE EXAMEN:**

CÓDIGO DE INSCRIPCIÓN:  
**IMPORTANTE:**  
Sólo se otorgarán códigos de inscripción a aquellas personas que hayan abonado los derechos correspondientes.

Año	Conv.	Diploma	País	Ciudad	C. de Ex.	N.º de orden
						<b>0 0 0 1</b>

FECHA: ..... SELLO DEL CENTRO

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN DEL CANDIDATO

<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Para marcar el CÓDIGO DE EXAMEN
  - Es el número de dos cifras que aparece en la portada de este cuadernillo.
  - Escriba el número en las casillas de «Código de examen», y marque cada número en su columna.

Ejemplo:

Sábado, 19 de noviembre de 2011

C1

PRUEBA 1. COMPRENSIÓN DE LECTURA Y USO DE LA LENGUA

PRUEBA 2. COMPRENSIÓN ADITIVA Y USO DE LA LENGUA

CÓDIGO DE EXAMEN: **25**

CÓDIGO EXAMEN

<b>2</b>	<b>5</b>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Para marcar LAS RESPUESTAS DEL EXAMEN
  - Marque solo una opción. Si marca dos opciones para una misma respuesta, quedará anulada, como en el ejemplo:

A	B	C	D
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**ANULADA**

A	B	C	D
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Si necesita corregir, borre completamente la marca.

---

## **PRUEBA 1** COMPRENSIÓN DE LECTURA Y USO DE LA LENGUA

---

*La **Prueba 1** contiene cinco tareas. Usted tiene que responder a 40 preguntas.*

*Duración: 90 minutos.*

*Marque sus opciones únicamente en la **Hoja de respuestas**.*

Hoja en blanco

## Tarea 1

### Instrucciones

A continuación tiene un texto donde se explican los derechos del cliente de una compañía telefónica. Lea el texto y conteste a las preguntas (1-6). Seleccione la opción correcta (A, B o C).

Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.

# Teleplán

### Derechos del usuario de telefonía fija

En cumplimiento de la normativa vigente nos ponemos en contacto con usted para reiterarle los derechos que le asisten como usuario de nuestros servicios. Tales derechos, detallados a continuación, le serán comunicados periódicamente cada seis meses.

Según esta normativa, todos los operadores deben disponer de un departamento de atención al cliente. *Teleplán* pone a su disposición para cualquier consulta el teléfono de atención gratuito 2002, la línea de atención comercial y la página web de *teleplan.com*.

Si usted se ha dado de alta con nosotros telefónicamente, debe saber que tiene derecho a disponer de un contrato escrito en el que figuren las condiciones que se le aplican. Si no lo ha recibido, puede solicitarlo en *teleplan.com* o en el teléfono gratuito 900 456 667.

Usted tiene derecho a darse de baja en cualquier momento de los servicios contratados. El único requisito es que nos lo comunique con una antelación mínima de dos días hábiles respecto al momento en el que ha de surtir efecto.

Puede darse de baja a través de las siguientes vías:

- Por teléfono, llamando al número 2002. En ese caso, conserve el número de referencia de su baja, que le facilitaremos.
- Por fax, enviando una carta al número de fax 902897654, indicando sus datos personales y número de teléfono.
- Por correo, a la dirección siguiente: Apartado de Correos 2000. Barcelona.

Una vez recibida su solicitud, se tramitará la baja en el plazo mínimo de dos y máximo de diez días hábiles.

*Teleplán* le comunicará con un mes de antelación cualquier modificación del contrato que tenga su causa en alguno de los motivos válidos que constan en él, como puede ser, por ejemplo, la subida de precios. Si no está de acuerdo con las nuevas condiciones podrá resolver el contrato sin penalización. Todo ello sin perjuicio de las condiciones particulares de permanencia que, en su caso, usted pudiera haber suscrito.

Usted puede solicitar la restricción de las llamadas internacionales y servicios de tarificación adicional (prefijos 403, 406, 407 y 605). Tras su petición le activaremos la restricción en un plazo máximo de diez días, tras el cual será imposible acceder a este tipo de llamadas desde su teléfono, salvo que usted lo vuelva a solicitar. En relación con los servicios de tarificación adicional, si Vd. no está de acuerdo con su facturación, debe saber que, si no pagara la parte de la factura

correspondiente a estos servicios, no se le cortará el servicio telefónico, aunque sí el acceso a estos prefijos.

En caso de interrupción temporal del servicio el operador está obligado a indemnizarle, al menos con una cantidad que se determina en función tanto del tiempo durante el cual la línea estuvo interrumpida, como de la media de consumo de los tres últimos meses. Si la cantidad resultante es superior a un euro, la compensación se realizará automáticamente en la siguiente factura.

Si usted tiene servicio de acceso a Internet, en caso de interrupción temporal del servicio, *Teleplán* está obligada a indemnizarle con una cantidad que se determina prorrateándose la cuota mensual por el tiempo en que la línea estuvo interrumpida. *Teleplán* le indemnizará solo cuando la interrupción se haya producido en horario de 8 a 22 horas y haya sido superior a seis horas.

En caso de que usted no esté de acuerdo con la parte de la factura relativa a Internet, debe saber que, si abona la parte de la factura relativa a las llamadas telefónicas, no puede cortarse el acceso al servicio telefónico, aunque sí el acceso a Internet.

Si usted tiene algún problema en su relación contractual, puede ponerse en contacto con nosotros a través de nuestro servicio de atención al cliente, que le asignará un número a su queja. Transcurrido un mes desde su presentación, si no está satisfecho con la solución obtenida o si no hubiese recibido respuesta a la misma, con ese número puede presentar una reclamación ante la oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Usted puede contactar con la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones del Ministerio a través del número 901453377 o en la web [www.usuariotelef.com](http://www.usuariotelef.com). En ella le asesorarán sobre sus derechos y sobre la manera de presentar una reclamación en caso de que no obtuviera respuesta satisfactoria por nuestra parte.

## PREGUNTAS

1. Según este documento, el cliente de Teleplán...
  - a) puede descargar su contrato desde la página web de la compañía.
  - b) recibirá comunicación semestral de los cambios en las condiciones.
  - c) puede contratar sus servicios sin haber firmado ningún contrato.
2. Abandonar el servicio de esta compañía...
  - a) requiere algunos días hasta que se lleva a cabo.
  - b) puede conseguirse de forma inmediata a través del teléfono.
  - c) se tramita a través de un número telefónico exclusivo para ello.
3. En caso de subida de precios, los antiguos clientes de Teleplán pueden...
  - a) conservar los precios antiguos un mes más que los nuevos clientes.
  - b) rescindir el contrato por desacuerdo con la medida.
  - c) renegociar con la empresa sus condiciones de contratación.
4. Esta compañía ofrece al usuario la opción de...
  - a) negociar el costo de las llamadas de tarifa especial.
  - b) retrasar el pago de una parte de la cuota en caso de necesidad.
  - c) limitar determinados servicios de llamadas muy costosos.
5. En caso de tener también contratado el acceso a Internet,...
  - a) el impago de este servicio no afectará al servicio de llamadas.
  - b) se obtiene una reducción de precios entre las 8 y las 22 horas.
  - c) tendrá una tarifa especial si el consumo supera las seis horas.
6. En caso de que quiera presentar una reclamación,...
  - a) dispone de un mes desde que se da el problema.
  - b) debe hacerlo a través de la página web de la compañía.
  - c) dispone de un servicio público de orientación.

## Tarea 2

### Instrucciones

Lea el siguiente texto, del que se han extraído seis párrafos. A continuación lea los siete fragmentos propuestos (A-G) y decida en qué lugar del texto (7-12) hay que colocar cada uno de ellos.

*HAY UN FRAGMENTO QUE NO TIENE QUE ELEGIR.*

Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.

## EL DESAFÍO DE LAS NUEVAS GENERACIONES

Para encontrar un sentido a las complejas relaciones entre jóvenes e instituciones, un ejercicio útil consistiría en recordar los contextos en que estas generaciones se han desarrollado. Tal empresa nos llevaría a observar, por un lado, que no es solo la población joven la que cambia, sino la sociedad en su conjunto, y por otro, que no es únicamente la juventud la que modifica la sociedad, sino más bien la sociedad la que cambia el modo de ser joven.

Sin ánimo de ser exhaustivo, hay varios puntos que me parecen importantes a la hora de comprender a los adolescentes de hoy. En primer lugar, se trata de una generación nacida en democracia. 7 \_\_\_\_\_

También es esta la generación más escolarizada de la historia del país. En comparación con épocas anteriores, no solo hay más jóvenes en las aulas, sino que también pasan más tiempo dentro de ellas. En consecuencia, muchos jóvenes han recibido una mayor formación que sus padres y albergan mayores expectativas sobre sus trayectorias de futuro. 8 \_\_\_\_\_

No podemos olvidar que la actual es una generación marcada por el mercado. Para bien o para mal, cuando los jóvenes de hoy estaban conformando su identidad vivieron el auge del consumo: a sus casas llegaron diversos bienes suntuarios, televisores y tarjetas de crédito, así como deudas. 9 \_\_\_\_\_. En términos sencillos el mensaje es el siguiente: eres lo que puedes comprar.

La actual es una generación conectada, y versátil en el uso de nuevas tecnologías. Eso les permite comunicarse a amplia escala y con bajos niveles de control. Los jóvenes de hoy pueden socializar con autonomía y sin la supervisión de nadie, valiéndose de códigos y símbolos propios. 10 \_\_\_\_\_.

Para esta generación han perdido peso las que fueran fuentes tradicionales de identidad, especialmente la política, la religión y la familia. Si bien esto es una tendencia general de la sociedad chilena de principios del siglo XXI, parece radicalizarse entre los jóvenes. El valor y el mandato social de ser uno mismo, el hecho de que sean "mis" deseos, acciones y méritos los que definan "lo que soy", está bastante extendido entre los adolescentes. 11 \_\_\_\_\_.

Esta generación creció al tiempo que se debilitaba el poder de las instituciones de socialización – familia o escuela- y de las autoridades respectivas –padres y profesores- para establecer reglas e imponer sus criterios. Hoy prima la lógica de la negociación. De todas, formas, hay que



observar que este cambio no solo se explica por la desaparición progresiva de la cultura autoritaria o por la percepción juvenil de que poseen una total autonomía. 12 \_\_\_\_\_.

Eso no hace que desaparezca su solidaridad o su preocupación por los demás, pero sí cambia el eje de identidad. Es muy difícil que nadie les diga lo que deben ser en el futuro, ya que ellos perciben que su vida está en sus manos y que serán ellos quienes elijan lo que quieren ser.

(Adaptado de *www.revistadesarrollohumano.org*)

### FRAGMENTOS

<b>A.</b>	La globalización ha flexibilizado las fuentes que operaban como referentes en la construcción de su identidad. Un adolescente en los años cuarenta tenía como referente a su familia y quizás a alguna autoridad.
<b>B.</b>	Esto no solo se refiere al régimen político que los vio crecer, sino más bien al hecho de que ellos han podido desarrollar sus prácticas en espacios de mayor libertad y mayores derechos puesto que crecieron en un contexto más abierto y plural que el de décadas pasadas.
<b>C.</b>	Se instalaron los centros comerciales, que se convirtieron en importantes espacios de encuentro, y llegó la publicidad, que utiliza el consumo como lenguaje y como símbolo para que cada uno defina su identidad.
<b>D.</b>	La dificultad histórica que enfrenta la autoridad a la hora de imponerles reglas con el pretexto de que serán útiles en el futuro se complica, porque este se ha vuelto incierto y volátil y son justamente las nuevas generaciones las mejor preparadas para enfrentarlo.
<b>E.</b>	Esto ni siquiera es una elección voluntaria, sino el resultado de la sociedad en la que les tocó crecer: entre el consumo y las tecnologías, en familias con padres ausentes por largas jornadas de trabajo.
<b>F.</b>	A todo esto se le suma una sociedad que pone insistentemente a la educación como el centro de las posibilidades de desarrollo de las personas.
<b>G.</b>	Los contextos ayudan a comprender las nuevas dinámicas de las identidades juveniles, pero hay que adentrarse en ellas si se desea ganar claridad y profundidad. Ahí pueden observarse más nítidamente los procesos mediante los cuales se define la relación de los jóvenes con las instituciones.

## Tarea 3

### Instrucciones

Lea el texto y responda a las preguntas (13-18). Seleccione la opción correcta (A, B o C). Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.

## NUEVAS REGLAS DEL JUEGO

### Cynthia Cuculiansky

Cada nuevo periodo económico, social y político en la Argentina sitúa a los profesionales de las consultoras de recursos humanos frente al desafío de ser creativos y procurar nuevas respuestas a las empresas.

Durante los años 90 la misión de estas organizaciones fue localizar personal cualificado, para lo que se precisaba ser originales y establecer una determinada forma de trabajo. Se elaboraron entonces una serie de procedimientos para reclutar y seleccionar personal, y se estableció una productiva relación con las empresas, a las que se les suministraba una información muy valiosa para la toma de decisiones. El elemento clave de aquella metodología era la presentación de "la terna". Las consultoras empleamos este método porque necesitábamos que las empresas establecieran unos parámetros de comparación que les permitieran ver, en una variedad de candidatos, diferentes estilos de formación y culturas de trabajo y escogieran a los que mejor se ajustaran a sus requerimientos.

Este sistema funcionó mientras el mercado marcaba un ritmo paciente y tolerante. Era aquel un mercado en el que los postulantes establecían lazos de fidelidad ya en los procesos de selección, y donde el pacto establecido gozaba de particular valor. La palabra del postulante era clave, dado que la empresa tenía el poder de decidir sobre la incorporación, y como, siempre que la empresa encajara con sus expectativas de trabajo y de beneficios, el candidato iba a cumplir con su palabra, se llegaba a un acuerdo y la incorporación se llevaba a efecto.

Aquella fue una época dorada en la que las tres partes, consultora, empresa cliente y candidatos establecían los acuerdos, respetaban los procesos y cumplían con los plazos y la palabra dada. Pero las cosas cambiaron.

En el fatídico 2001 nos hallamos ante una infinidad de candidatos que presentaban excelentes perfiles y escasas exigencias porque precisaban reinsertarse en el mercado laboral. La superpoblación de postulantes hizo que tuviéramos que agruparlos en cuartetos, en quintetos y hasta en grupos de diez postulantes, todos con currículos tales que permitían que se les presentase para que el cliente eligiera. Siempre era el cliente quien tenía la última palabra, pero eso conllevaba que, mientras se tomaba la decisión, el postulante alimentaba la esperanza de ser el elegido.

Hoy día, gracias a la capacidad de recuperación de los argentinos, nos encontramos en un contexto diferente, que nos empuja a repensarnos y a innovar para proporcionar mejores respuestas. Por parte de las empresas, hoy el requerimiento es: "Queremos los mejores recursos, con el mayor potencial y en el menor tiempo posible". Los profesionales, por su lado, buscan oportunidades de crecimiento laboral y económico a través de la participación paralela en varios procesos de selección, y se decantarán por el mejor postor. Ante tal situación, proponemos una reflexión conjunta acerca de lo que llamamos las reglas del juego.

El tablero de los años noventa exigía que mostráramos el valor agregado del proceso de selección. Inventamos la terna, la pusimos en práctica y hoy ya es un código. En los años siguientes al 2001 el tablero se llenó de perfiles con alta capacidad y con bajas pretensiones

económicas. Para salir de aquella situación coyuntural desarrollamos la idea del abanico de postulantes y funcionó.

En el tablero de hoy el jugador clave es el postulante, que es quien impone condiciones y plazos. En el proceso actual la selección es mutua, pues la empresa también debe constituir la mejor opción si quiere que el candidato la elija. Nuestro esfuerzo debe centrarse en diseñar formas de conocer los plazos de los que se dispone para tomar decisiones, puesto que es probable que los postulantes a una plaza se encuentren inmersos en otros procesos de selección. Ya no es inusitado escuchar a candidatos que comentan que están sondeando el mercado y que solo en caso de que les ofrezcan condiciones muy ventajosas abandonarían su actual puesto de trabajo, e incluso afirmaciones como que son conscientes de que les ofrecen lo que demandaban, pero que su empresa quiso retenerlos y mejoró las condiciones.

En esta nueva realidad es preciso tomar decisiones en el tiempo adecuado y diseñar procesos internos más ágiles que faciliten la incorporación de los recursos disponibles.

(Adaptado de [www.sht.com.ar/archivo/temas/reglas.htm](http://www.sht.com.ar/archivo/temas/reglas.htm). Argentina)

## PREGUNTAS

13. La autora del texto trata de mostrar...
  - a) la variación que han experimentado las contrataciones de los trabajadores.
  - b) los cambios en los requisitos de las empresas para la búsqueda de personal.
  - c) la adaptación a los tiempos de las empresas de selección de personal.
14. La metodología de trabajo de *la terna* permitía que las consultoras...
  - a) presentaran distintos perfiles a la empresa.
  - b) establecieran las condiciones de contratación.
  - c) compararan a todos los candidatos de forma justa.
15. En los noventa, el proceso de selección de personal se caracterizaba por...
  - a) la rapidez.
  - b) el compromiso.
  - c) la flexibilidad.
16. Según el texto, a partir del año 2001...
  - a) los trabajadores se esforzaron en mejorar su perfil.
  - b) había más demanda que oferta de trabajo.
  - c) las consultoras subieron su nivel de exigencia.
17. Según la autora, en el momento actual...
  - a) las empresas se someten a la selección de las consultoras.
  - b) los candidatos deben sondear el mercado.
  - c) las consultoras deben calcular bien los tiempos de decisión.
18. Para el momento actual, la autora recomienda a las consultoras...
  - a) ser más exigentes con las empresas.
  - b) ser más rápidas en los procesos.
  - c) desconfiar de las candidaturas.

**Tarea 4****Instrucciones**

A continuación tiene seis textos (A-F) y ocho enunciados (19-26). Léalos y elija el texto que corresponde a cada enunciado.

RECUERDE QUE HAY TEXTOS QUE DEBEN SER ELEGIDOS MÁS DE UNA VEZ.

Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.

**TESIS DOCTORALES SOBRE EDUCACIÓN FÍSICA. RESÚMENES**

<b>A.</b>	<p>FISIOLOGÍA METABÓLICA. Marcos Maynar. Universidad de Extremadura</p> <p>En la presente tesis doctoral se realiza un amplio estudio de los principales aspectos relacionados con el metabolismo de los ciclistas profesionales. Se estudian en profundidad aspectos tan importantes en la fisiología del ejercicio como el metabolismo del agua y de los electrolitos, los lípidos y ácidos grasos, las proteínas y un tema de gran actualidad como es el de los radicales libres en el ciclista y su relación con los procesos de envejecimiento. Para ello se contó con un grupo numeroso de ciclistas profesionales que han participado en la Vuelta Ciclista a España. El estudio se realizó con muestras sanguíneas obtenidas al inicio y al fin de dicha carrera, siendo la primera vez que se realizaba un estudio de este tipo.</p>
<b>B.</b>	<p>ANÁLISIS DE LA PRENSA DEPORTIVA. Jesús Rodríguez. Universidad de Valladolid</p> <p>Esta investigación constituye una descripción del estado de la lengua del periodismo deportivo en diarios de difusión nacional. Es un estudio comparativo entre los años 30 del siglo pasado y la época actual. Recoge un análisis de las operaciones de adaptación del mundo del deporte a los sistemas de signos del periodismo, con su producción de textos y codificación lingüística en géneros y estilos. Cuenta con una caracterización sociolingüística de su relación con la comunidad de hablantes, con las instituciones lingüísticas y con la invasión de discursos ajenos al fútbol. Se acompaña de un estudio sistematizado de los factores históricos que influyen en el deporte. La parte central está dedicada al análisis del léxico de la norma estándar del periodismo escrito, con sus fenómenos de anomalías semánticas, creatividad, préstamos, hispanoamericanismos, etc. En los apéndices se abordan las características más destacadas del periodismo radiofónico y televisivo.</p>
<b>C.</b>	<p>ASPECTOS DE LA PRENSA DEPORTIVA. Gabriel Asenjo. Universidad de Navarra</p> <p>Esta investigación establece las diferencias entre el mensaje deportivo que desde los medios de comunicación reciben los alumnos de enseñanza secundaria y el que reciben a través del docente de Educación Física, estudiando a su vez al receptor de este mensaje deportivo en sus relaciones con los medios de comunicación y con el deporte. Mediante un análisis de contenido entre los principales medios deportivos, contabilizamos el número de términos agresivos, económicos y de rivalidad que emplea habitualmente cada modalidad deportiva. Tras encuestar a la población escolar observamos que, pese a la influencia de los medios, domina en el medio escolar el mensaje suministrado por el docente basado en conceptos educativos de juego limpio y formación humana.</p>

<b>D.</b>	<p>PSICOLOGÍA DEPORTIVA. Antonio del Cerro. Universidad de Barcelona</p> <p>La psicología del deporte es reconocida como disciplina independiente a partir del primer <i>Congreso mundial de psicología del deporte</i>, celebrado en Roma. Sin embargo, este reconocimiento solamente sirvió para que los psicólogos, influenciados todavía por el modelo médico dominante, se centraran en el estudio del deportista y no en el del deporte en sí. Esta tesis aborda el estudio de las funciones del psicólogo deportivo, que deben ser de colaborador y no de experto como ha venido siendo habitual. En este sentido, las funciones del psicólogo del deporte se dividen en dos grandes grupos: unas funciones interventivas y otras de carácter investigador. La función investigadora complementa la función interventiva, de forma que conocimiento y evaluación encuentran un sentido único en el desarrollo del papel del psicólogo.</p>
<b>E.</b>	<p>LA IMPORTANCIA DEL EJERCICIO. Máximo Pérez. Universidad de Zaragoza</p> <p>En los últimos años las investigaciones sobre infancia, ejercicio y salud se han desarrollado notablemente. La presente tesis tiene por objeto responder a una cuestión que no aparece apenas reflejada en los textos de pediatría. La pregunta es cómo influye el ejercicio físico en la infancia. En la introducción se revisa el tema desde diversos puntos de vista: crecimiento y desarrollo, fisiología, ejercicio continuado, alimentación y nutrición. Para responder a este interrogante sometemos a un grupo de niños sanos de 10 a 12 años a una prueba de esfuerzo, previamente realizamos una historia clínica personal y familiar, un examen físico detallado y tomamos dos muestras de orina, una antes y otra tras la prueba. Asimismo, se analiza la frecuencia cardíaca, la tensión arterial y el consumo de oxígeno.</p>
<b>F.</b>	<p>METABOLISMO MUSCULAR. Narciso Bonet. Universidad de Zaragoza</p> <p>El efecto del no entrenamiento y su repercusión sobre la fibra muscular ha sido poco estudiado. Además, dentro de este tema existen pocas publicaciones que se refieran a deportes de equipo y menos aún referidas a adolescentes. Hemos valorado las consecuencias del desentrenamiento sobre el metabolismo muscular y su posible compensación por el efecto estimulador del crecimiento en adolescentes, escogiendo un deporte de equipo como el balonmano precisamente por ser de los menos estudiados, e intentando no variar el periodo de entrenamiento ni el periodo de descanso vacacional de los jugadores. El resultado obtenido nos ha conducido a la conclusión de que la práctica de un deporte parece acelerar la maduración esquelética, aunque no produce alteraciones en la composición fibrilar.</p>

(Adaptado de [cdeporte.rediris.es/tesis.html](http://cdeporte.rediris.es/tesis.html). España)

**PREGUNTAS**

19. Según este estudio, se puede contrarrestar la posible influencia negativa de los medios de comunicación en un determinado segmento de la población.
- A) B) C) D) E) F)
20. Uno de los aspectos investigados para esta tesis han sido los antecedentes médicos familiares de las personas estudiadas.
- A) B) C) D) E) F)
21. Para este estudio se analizó la sangre de un elevado número de personas.
- A) B) C) D) E) F)
22. En este caso, lo más importante era comprobar, en la práctica, los supuestos efectos del deporte durante el desarrollo físico humano.
- A) B) C) D) E) F)
23. Esta tesis utiliza una perspectiva histórica para analizar su objeto de estudio.
- A) B) C) D) E) F)
24. Esta tesis replantea los límites de actuación de una disciplina profesional en el ámbito deportivo.
- A) B) C) D) E) F)
25. Antes de este trabajo se sabía mucho sobre las consecuencias de practicar deporte, pero no sobre las consecuencias de dejar de hacerlo.
- A) B) C) D) E) F)
26. En esta tesis se señala que la actuación y el estudio especializado son dos aspectos complementarios de la disciplina que analiza.
- A) B) C) D) E) F)

Hoja en blanco

**Tarea 5****Instrucciones**

Lea el texto y complete los huecos (27-40) con la opción correcta (A, B o C).

Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.

**EL COMPUTADOR EN LA ENSEÑANZA ESCOLAR**

Nuestra época se caracteriza por las innovaciones tecnológicas y estas han determinado un cambio en la forma de aprender; el computador es la herramienta que se utiliza para las tareas destinadas a este fin. La educación, la información y la entretención están en un solo dispositivo que, \_\_\_\_\_27\_\_\_\_\_ la imagen, genera una posibilidad única de reforzamiento de conceptos.

El aprendizaje visual es uno de los mejores métodos para enseñar y aprender a pensar. Se presentan las ideas de diversos modos y esto ayuda a los estudiantes \_\_\_\_\_28\_\_\_\_\_ más claro y organizado su pensamiento sobre una materia o un proceso y crea una estructura dentro del proyecto \_\_\_\_\_29\_\_\_\_\_ estén trabajando.

Diversos estudios indican que más \_\_\_\_\_30\_\_\_\_\_ 80% de la comprensión humana se realiza a través de la vista y que una imagen de apoyo mejora \_\_\_\_\_31\_\_\_\_\_ del contenido hasta 6,5 veces sobre las ocasiones en las que se utilizan solo palabras. Los mapas de ideas y mapas conceptuales son herramientas muy útiles para el pensamiento visual y eso ya lo han comprendido en las aulas.

La novedad que aportan los nuevos computadores, incluso aquellos \_\_\_\_\_32\_\_\_\_\_ bajo costo, es la de integrar en una sola placa de silicio la memoria gráfica y el procesador central, pues el objetivo era encontrar un equipo con unas determinadas características que \_\_\_\_\_33\_\_\_\_\_ responder a todos los requerimientos de los muchachos y \_\_\_\_\_34\_\_\_\_\_ seguirlos en las tareas y motivaciones que van apareciendo en el camino.

Las especificaciones técnicas que aparecen en las innumerables etiquetas, y que a veces resultan difíciles de entender para el usuario, pueden pasarse \_\_\_\_\_35\_\_\_\_\_ si lo que a uno le importa es la experiencia final, \_\_\_\_\_36\_\_\_\_\_ esas etiquetas no reflejan demasiado qué tan buenas son las experiencias.

Lo más importante no es si en un disco caben cincuenta o sesenta mil fotos, pues el uso del computador ya no se focaliza en \_\_\_\_\_37\_\_\_\_\_ de información. Se debe usar uno que, además de un buen procesador, \_\_\_\_\_38\_\_\_\_\_ una buena capacidad gráfica.

Los diseñadores de arquitectura gráfica saben que para lograrlo se necesita un equipo bien balanceado, pero también es importante reforzar las tendencias que \_\_\_\_\_39\_\_\_\_\_ el cuidado del medio ambiente. Esta tecnología limpia, denominada unidad de procesamiento acelerado, cuenta con el respaldo de varios fabricantes que la \_\_\_\_\_40\_\_\_\_\_ a sus nuevos modelos, diseñados para integrar potencia, diseño, portabilidad y rendimiento, potenciando de esta forma la enseñanza 2.0.

(Adaptado de José Luis Hernández. AméricaEconomía.  
Contenidos edición impresa)



## Opciones

- |     |                  |                    |                    |
|-----|------------------|--------------------|--------------------|
| 27. | a) debida        | b) gracias         | c) mediante        |
| 28. | a) a tener       | b) que tengan      | c) sobre tener     |
| 29. | a) en el que     | b) al que          | c) para que        |
| 30. | a) de            | b) que el          | c) del             |
| 31. | a) el retenedor  | b) la retención    | c) el retén        |
| 32. | a) de            | b) en              | c) por             |
| 33. | a) podrá         | b) pudiese         | c) pudo            |
| 34. | a) en cambio     | b) de otro modo    | c) a la vez        |
| 35. | a) por arriba    | b) por alto        | c) por encima      |
| 36. | a) dado que      | b) a nada que      | c) siempre que     |
| 37. | a) el manejo     | b) la distribución | c) el almacenaje   |
| 38. | a) tenga         | b) tiene           | c) tuviera         |
| 39. | a) ayudan        | b) aglutinan       | c) propugnan       |
| 40. | a) han propuesto | b) han incorporado | c) han participado |

Hoja en blanco

---

## **PRUEBA 2 COMPRENSIÓN AUDITIVA Y USO DE LA LENGUA**

---

*La prueba de **Comprensión auditiva** consta de cuatro tareas y su duración aproximada es de 50 minutos. Usted tiene que responder a 30 preguntas.*

Hoja en blanco

## Tarea 1

## Instrucciones

Usted va a escuchar una conferencia en la que se tomaron las siguientes anotaciones. Luego, deberá elegir para cada anotación (1-6) la palabra o fragmento de frase correspondiente entre las doce opciones que aparecen debajo (A-L). Escuchará la audición dos veces.

Marque las opciones seleccionadas en la **Hoja de respuestas**.

**Ahora dispone de un minuto para leer las anotaciones.**

1. En un pasado no muy lejano se consideraba que el sueño implicaba **1** \_\_\_\_\_ de la actividad cerebral.
2. Investigaciones posteriores han demostrado que durante el sueño hay **2** \_\_\_\_\_ del cerebro.
3. Durante el sueño se da **3** \_\_\_\_\_ de las defensas corporales.
4. Hay **4** \_\_\_\_\_ considerable en las horas de sueño que requieren las diversas especies de mamíferos.
5. Teóricamente, el sueño de los animales con un cerebro más desarrollado debería precisar **5** \_\_\_\_\_ de mayor duración.
6. Durante el sueño, algunas especies de mamíferos van turnando el descanso entre **6** \_\_\_\_\_ y otra.

A continuación escuchará una conferencia en la que se habla del sueño.

## Opciones

A	un funcionamiento diferente
B	un fortalecimiento
C	una fase lenta
D	un aumento
E	una diferencia
F	una parte del cerebro
G	una pausa
H	una similitud
I	una fase restauradora
J	una labor investigadora
K	un aceleramiento
L	una ralentización

## Tarea 2

### Instrucciones

*Usted va a escuchar cuatro conversaciones. Escuchará cada conversación dos veces. Después debe contestar a las preguntas (7-14). Seleccione la opción correcta (A, B o C). Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.*

### CONVERSACIÓN 1

7. Según la información de la empleada, la calefacción eléctrica es más adecuada para las personas que...
- a) pasan poco tiempo en casa.
  - b) necesitan temperaturas muy altas.
  - c) solo la utilizan en invierno.
8. A este cliente le preocupa especialmente...
- a) la duración de las obras.
  - b) la inversión inicial en instalación.
  - c) el gasto mensual en calefacción.

### CONVERSACIÓN 2

9. Este hombre da la impresión de ser, respecto a su dinero, una persona...
- a) desprendida.
  - b) avariciosa.
  - c) descuidada.
10. Claudia le recomienda a su amigo...
- a) asumir parte de las tareas domésticas.
  - b) contratar a una persona para limpiar.
  - c) ahorrar en las compras importantes.

### CONVERSACIÓN 3

11. Este hombre quiere presentar una reclamación por un viaje porque...
- a) la categoría del hotel era inferior a la que él había contratado.
  - b) el hotel le había reservado habitación para una fecha diferente.
  - c) el hotel estaba muy alejado del centro de la ciudad.
12. Tras escuchar a la mujer, el hombre...
- a) teme no poder presentar todos los papeles necesarios.
  - b) está seguro de que recibirá una indemnización.
  - c) cree que perderá mucho tiempo con los trámites.

**CONVERSACIÓN 4**

13. Estas dos personas hablan sobre una compañera que...
- a) dejó su trabajo el viernes.
  - b) aceptó un trabajo en Málaga.
  - c) se marchó sin despedirse.
14. De las palabras de estas dos personas se deduce que consideran a Olga una persona...
- a) muy quisquillosa.
  - b) bastante ambiciosa.
  - c) con mucho carácter.

**Tarea 3****Instrucciones**

*Usted va a escuchar una entrevista. Después debe contestar a las preguntas (15-20). Seleccione la opción correcta (A, B o C). Escuchará la entrevista dos veces. Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.*

**PREGUNTAS**

15. La intención principal de la persona entrevistada es...
  - a) hablar de las bellezas de México a los oyentes.
  - b) destacar los buenos resultados de una innovación.
  - c) contar los planes futuros del Departamento de Turismo.
16. La ruta turística que describe la entrevistada...
  - a) incluye la observación de comportamientos animales.
  - b) incluye varios medios de transporte.
  - c) es esencialmente costera y marítima.
17. En la entrevista, se habla de los visitantes brasileños para...
  - a) ponerlos como ejemplo de turistas que generan ingresos.
  - b) comentar que son los visitantes más numerosos.
  - c) ilustrar los beneficios de un determinado acuerdo.
18. Respecto a las personas que entran en México, la entrevistada informa de que...
  - a) los estadounidenses no necesitan documentos.
  - b) el porcentaje de colombianos es el que más ha crecido.
  - c) los requisitos en la aduana han cambiado.
19. Según la entrevistada, los turistas extranjeros del año 2010...
  - a) crecieron un diez por ciento respecto al año anterior.
  - b) realizaron sobre todo cruceros organizados.
  - c) generaron más beneficios que en 2009.
20. La opinión final del entrevistador respecto al turismo sería que...
  - a) es la actividad económica con más futuro.
  - b) es un sector en alza desde hace tiempo.
  - c) es la industria más próspera de México.



## Tarea 4

## Instrucciones

*Usted va a escuchar diez diálogos breves. Escuchará cada diálogo dos veces. Después debe contestar a las preguntas (21-30). Seleccione la opción correcta (A, B o C).*

*Marque las opciones elegidas en la **Hoja de respuestas**.*

## PREGUNTAS

## DIÁLOGO 1

21. Esta mujer considera que la propuesta...
- a) debe aceptarse sin dudar.
  - b) debe rechazarse de inmediato.
  - c) debe discutirse más a fondo.

## DIÁLOGO 2

22. La mujer que responde muestra...
- a) dudas sobre quién debe hacer el pago.
  - b) voluntad de compartir el pago.
  - c) rechazo a hacerse cargo del pago.

## DIÁLOGO 3

23. Pablo, en su respuesta, demuestra...
- a) indignación.
  - b) ironía.
  - c) sorpresa.

## DIÁLOGO 4

24. Este hombre le pide a la mujer que...
- a) mantenga en secreto la llamada de Bilbao.
  - b) lo avise cuando llamen de Bilbao.
  - c) esté pendiente de una llamada de Bilbao.

**DIÁLOGO 5**

25. La persona que responde...
- a) intenta animar a su amiga.
  - b) comparte el disgusto de su amiga.
  - c) recrimina la actitud de su amiga.

**DIÁLOGO 6**

26. Ante el hecho de hablar con su novia, este chico manifiesta...
- a) temor.
  - b) preocupación.
  - c) impaciencia.

**DIÁLOGO 7**

27. El hombre que habla cree que...
- a) pueden seguir adelante con sus planes.
  - b) necesitan modificar su estrategia.
  - c) quizá no alcancen su objetivo.

**DIÁLOGO 8**

28. Al hombre le parece que su interlocutora...
- a) está pasando un mal momento.
  - b) se está excediendo en su reacción.
  - c) no ha entendido a su hermana.

**DIÁLOGO 9**

29. La respuesta de Ana expresa...
- a) hartazgo.
  - b) arrepentimiento.
  - c) asentimiento.

**DIÁLOGO 10**

30. En este caso, la madre...
- a) expresa comprensión hacia su hijo.
  - b) se enoja ante la conducta de su hijo.
  - c) no se cree lo que dice su hijo.

Hoja en blanco

Hoja en blanco