



**UNED**: Junio 2006

**MATERIA**: Comentario de texto y Lengua Española

Nunca en la historia de la humanidad ha habido tanta cantidad de información disponible, a través de tantos medios y para tantas personas como en la actualidad. Los mensajes circulan sin fronteras, en tiempo real e ininterrumpidamente. El paradigma de este fenomenal desarrollo es Internet, la red que conecta millones de ordenadores del mundo entero. Todos estos progresos nos acercan al objetivo de la llamada sociedad del conocimiento: un nuevo modelo de organización industrial, cultural y social caracterizado por el acercamiento de las personas al conocimiento a través de las nuevas tecnologías de la comunicación. Hoy consideramos que la sociedad es más democrática y avanzada cuanto más información de calidad se difunda y cuanto más rápidamente se pueda acceder a ella. No es por eso extraño que se afirme que la información, los contenidos, es “la gran industria del futuro”.

Los contenidos son el elemento central para el desarrollo de esa sociedad del conocimiento (...) Cuantos más y mejores contenidos se divulguen, mayor interés tendrá el ciudadano por las redes digitales: éstas ganarán en usuarios, al tiempo que crecerá la comercialización de dispositivos y soportes en los que disfrutar de las obras: Esa es la razón fundamental para el crecimiento en las demandas de ADSL y de dispositivos portátiles para disfrutar de música y películas. La penetración en los hogares de líneas ADSL (del 35% en 2002 al 15,5 en 2005) y de reproductores MP3 (del 10% en el 2004, al 25% a finales de 2005) no deja de crecer y se debe, básicamente, a la posibilidad de acceso a bienes culturales. Pero para que existan contenidos, se deben proteger eficazmente los derechos de propiedad intelectual de quienes los crean. Si no se protege la propiedad intelectual, las bases de la sociedad del conocimiento no se sostendrán. Ni tampoco el desarrollo de las TIC. El reto es doble: debemos adaptar la distribución de contenidos culturales a los nuevos canales: por un lado, y garantizar la eficiencia en la producción de contenidos y en su inversión protegiendo los derechos de propiedad intelectual.(...)

El “mercado de los contenidos” en Internet está protegido constitucionalmente por el derecho fundamental a la libertad de expresión e información. Sin embargo, ni la Constitución ni los catálogos Internacionales de derechos reconocen estas libertades con carácter ilimitado y absoluto. Quienes actúan en Internet están sometidos a la ley y por tanto, a los límites generales de la libertad de expresión: Internet es un medio de comunicación más y los mensajes difundidos deben respetar los mismos límites y principios que se exigen jurisprudencialmente en los medios convencionales.



### COMENTARIO DE TEXTO

1. Estructura del texto: esquema y explicación de cada una de las partes que lo componen.
2. Resumen del contenido.
3. Comentario crítico: (Puede realizar una valoración personal de las ideas del texto, o elegir una orientación más específicamente lingüística sobre los aspectos formales más importantes del texto).

### LENGUA ESPAÑOLA

1. Analice sintácticamente:  
*Para que existan contenidos, se deben proteger eficazmente los derechos de propiedad intelectual de quienes los crean.*
2. Analice morfológicamente las siguientes palabras:  
*Interrumpidamente.*  
*Acercamiento.*
3. Explique el significado de los siguientes términos y proponga algún sinónimo.  
*Paradigma*  
*Dispositivo.*
4. Características del lenguaje literario.

