

9

Tema curricular: La ciencia y la tecnología**Contexto:** Los efectos de la tecnología en el individuo y en la sociedad

Este anuncio invita a participar en un concurso de carteles.

CONVOCATORIA

Fecha de fin del concurso 20/09/2012

CONCURSO DE CARTELES

PREMIO
300€

RESUMEN La humanidad ha experimentado un rápido progreso. La globalización y el uso generalizado de las nuevas tecnologías han producido cambios radicales en el modo en que vivimos y trabajamos hoy en día.

Entre las consecuencias negativas de esta revolución, se encuentran las desigualdades y la división entre quienes tienen acceso a la tecnología y quienes no lo tienen, entre los ricos y los pobres, y entre los países industrializados y los países en desarrollo.

Convocamos a crear carteles que muestren por qué es importante que todos tengan acceso al conocimiento.

FORMATO ilustraciones, fotografías

IMPORTANTE Tu trabajo debe ser lo suficientemente explícito y contener un eslogan y una descripción que mencione por qué el acceso al conocimiento para todos es importante.

¿Encuentra inspiración en la capacidad de las nuevas tecnologías de comunicación para empoderar a las personas a través del conocimiento? ¿Cree que el conocimiento es el camino para construir sociedades conectadas, creativas y con capacidad de resistencia? Comparta su opinión sobre las sociedades del conocimiento con la UNESCO, la única agencia de las Naciones Unidas con la misión de promover la libertad de expresión e información considerada como un derecho humano. El concurso de carteles estará abierto desde ahora hasta el 20 de septiembre de 2012.

La UNESCO celebrará el 10 aniversario de la adopción del Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) con una reunión para evaluar el progreso del Plan, titulada "Hacia las sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible". La reunión tendrá lugar en París (Francia) del 26 al 27 de febrero de 2013.

Estarán presentes ministros y altos representantes de diferentes gobiernos, directores de agencias de las Naciones Unidas y de organizaciones intergubernamentales, consejeros delegados del sector privado, líderes de ONG y de otras entidades de la sociedad civil, así como profesionales y expertos en el área de la educación, la cultura, la ciencia, las ciencias humanas, la comunicación y la información.

Interpretive Communication: Print Texts

Para esta ocasión, la UNESCO organiza un concurso de carteles a través de la plataforma en línea *eYeka*, abierto hasta el 20 de septiembre de 2012. Las propuestas seleccionadas serán utilizadas como la identidad gráfica del evento, y figurarán en pósters, folletos, carteles enrollables y otros materiales promocionales. El ganador recibirá un premio de 300 euros, y el segundo y tercer puestos, un certificado oficial de la UNESCO.

Invitamos a artistas, diseñadores gráficos, fotógrafos y cualquier otra persona interesada a enviar sus propuestas.

- 1** Según el anuncio, los carteles participantes en este concurso deben incluir un eslogan. ¿Cuál de los siguientes eslóganes sería el más apropiado?
- (A) "Internet para Todos"
 (B) "Globalización para Todos"
 (C) "Desarrollo para Todos"
 (D) "Educación para Todos"
- 2** Según el anuncio, ¿cuál de las siguientes misiones es exclusiva de la UNESCO?
- (A) Promover los derechos humanos
 (B) Promover la libertad de expresión
 (C) Promover la Sociedad de la Información
 (D) Promover el conocimiento
- 3** Según el anuncio, ¿cuál de las siguientes afirmaciones resume la agenda del CMSI para la reunión de su décimo aniversario?
- (A) Garantizar la paz y el crecimiento sostenible a través del conocimiento.
 (B) Informar sobre la importancia de las nuevas tecnologías.
 (C) Estimular el uso de las nuevas tecnologías para crear sociedades más competitivas.
 (D) Mejorar las tecnologías de la comunicación para evitar las guerras.
- 4** ¿Con qué propósito se menciona en el anuncio a "profesionales y expertos en el área de la educación"?
- (A) Invitarlos a participar en el concurso.
 (B) Invitarlos a participar en la reunión del CMSI en París.
 (C) Informar sobre su participación en la reunión del CMSI en París.
 (D) Informar sobre su participación en el concurso.
- 5** Según el anuncio, ¿cuál es el premio para los carteles ganadores del concurso?
- (A) 300 euros
 (B) 300 euros y certificados de la UNESCO
 (C) 300 euros para cada uno
 (D) 300 euros y su utilización por la UNESCO

10**Tema curricular:** La ciencia y la tecnología**Contexto:** Los efectos de la tecnología en el individuo y en la sociedad

En este fragmento de su libro de viajes *USA y yo*, publicado en 1966, el escritor español Miguel Delibes relata sus impresiones sobre el uso del automóvil en Estados Unidos.

Sobre ruedas

por Miguel Delibes

Línea El lector se preguntará, a la vista de la
 mecanización de este país y del hecho de que,
 desde que nace, uno marche ya en automóvil,
 que para qué sirven aquí los pies. La pregunta es
 5 pertinente y la respuesta sencilla: el derecho sirve
 para acelerar; el izquierdo para frenar. Solamente
 para eso. “¿Y el embrague?”, dirán ustedes. Y uno
 responde: “Para el embrague no hacen falta pies
 en América, porque el cambio es automático.”
 10 Ya tenemos, pues, resuelta la cuestión y, aunque
 quizá expuesta con un excesivo simplismo,
 tampoco se piense que se aleja demasiado de
 la realidad. A menudo el viajero se topa por las
 hermosas avenidas de Washington con venerables
 15 octogenarias que conducen diestramente su
 automóvil, pero que, a la hora de desembarcar,
 hay que tomarlas poco menos que en volandas
 para trasladarlas a casa. Esto no es óbice para
 que, con los pedales en los pies, las ancianitas se
 20 desenvuelvan con una rapidez de reflejos que para
 sí quisieran muchos de nuestros futbolistas.
 Claro está que el coche aquí es una exigencia.
 Las distancias inconmensurables, el hecho de que
 la inmensa mayoría de los americanos vivan en el
 25 campo, impone el coche no como un utensilio de
 primera, sino de inexcusable necesidad. [...]
 De modo que la cosa empezó así: tomar el
 coche para ir al trabajo era una necesidad, pero
 gradualmente, cada vez que el americano salía de
 30 casa, empezó a no preguntarse dónde iba, ni si su
 destino era próximo o remoto; por instinto abría la
 portezuela del coche y se embutía en él. Hoy, este

movimiento es en él tan espontáneo como pueda
 serlo para nosotros el rascarnos cuando nos pica.

Total, que aquí no se camina; es decir, no
 se camina a pie. No hablemos de pasear. Esa
 35 costumbre tan provinciana, tan agradable, tan
 reposada, que todavía se conserva en España, no
 creo que en estas latitudes haya existido nunca.
 En América los muchachos y las muchachas
 pueden conocerse y contemplarse a través de
 40 las respectivas ventanillas de sus coches; de otro
 modo, el flechazo en plena calle no es concebible.
 No es preciso añadir que a un hombre con
 obsesión andariega se le hace difícil la vida aquí.
 45 (En mi barrio washingtoniano debí sentar fama
 de bicho raro. A veces observaba con el rabillo
 del ojo cómo se descorrían las cortinas de las
 encantadoras viviendas unifamiliares y un rostro
 o varios rostros se pegaban a los cristales para
 verme pasar. Imagino que el primer día se dirían:
 50 “¿Pero es que este hombre no tiene automóvil?”
 Después, supongo, los comentarios serían más
 contundentes: “Ya está este tipo medio loco
 andando por la calle”. Sí, yo adivinaba sobre
 55 mis espaldas miradas de asombro; cuando no,
 estas miradas partían de los automóviles con
 los cuales me cruzaba en mi camino.) En todo
 caso, la presencia vertical de uno en las avenidas
 residenciales de Washington es un fenómeno
 60 que choca. Porque andar, lo que se dice andar,
 en USA no se lleva. Si es caso, allá, al atardecer,
 uno puede toparse con otro ser que conduce a su
 perro por la correa para que el animalito se oreo

Interpretive Communication: Print Texts

65 y haga sus necesidades. Por lo demás —fuera de los supermercados y los grandes almacenes, levantados en grupo, en edificios contiguos, para que el comprador no se fatigue—, no es fácil encontrar una persona de a pie. (Y para esto resulta obvio que cada “Shopping center”, y cada museo, y cada cine, cuentan con su aparcamiento propio, a fin de dar a la clientela toda suerte de facilidades.)[...]

75 A los quince años el washingtoniano puede realizar su examen de conductor y, una vez aprobado, manejar un automóvil siempre que lo acompañe una persona mayor. Tal tutela

desaparece un año más tarde, de forma que a los dieciséis años un muchacho o una muchacha pueden desplazarse a su “college” o a la Universidad por sus propios medios, sin necesidad de molestar a nadie. [...]

En suma, la pierna tiene en Norteamérica una aplicación muy reducida. No es que sean miembros inútiles, pero sí un poco lo que es para los diestros la mano izquierda o la derecha para los zurdos: una extremidad utilizable, pero inhábil e imprecisa. Esto justifica el hecho de que este país, que da de todo, y en abundancia, dé pocos futbolistas de la escuela inglesa.

35 **1** ¿A qué se refiere Miguel Delibes al afirmar que en Estados Unidos el pie derecho sirve “para acelerar” y el izquierdo “para frenar” (línea 6)?

- 40 (A) A que los estadounidenses caminan muy rápido
 (B) A que los estadounidenses no saben usar sus pies
 (C) A que los estadounidenses prefieren conducir a caminar
 45 (D) A que los estadounidenses prefieren caminar a conducir

2 Según el relato, ¿con quiénes se encuentra con frecuencia un viajero en la ciudad de Washington?

- 0 (A) Con mujeres muy jóvenes que conducen un automóvil
 (B) Con mujeres de avanzada edad que hacen ejercicio
 (C) Con mujeres jóvenes que pasean por las avenidas
 5 (D) Con mujeres de avanzada edad que conducen un automóvil

3 Según Miguel Delibes, ¿cuál es uno de los factores que influyen en el uso de automóviles en Estados Unidos?

- 1 (A) Las distancias son muy grandes.
 (B) Las distancias son muy exigentes.
 (C) Las distancias son muy cortas.
 5 (D) Los centros comerciales están muy lejos entre sí.

4 ¿Cuál de las siguientes resume mejor la comparación entre España y Estados Unidos?

- (A) En España, los jóvenes pasean en automóvil.
 (B) En Estados Unidos, los jóvenes no tienen oportunidad de conocerse.
 (C) En España se pasea más.
 (D) En Estados Unidos se usa menos el automóvil.

5 ¿A qué se refiere la frase “la presencia vertical de uno en las avenidas residenciales” (línea 59)?

- (A) A una persona que camina
 (B) A una persona inmóvil en la calle
 (C) A una persona tendida en la calle
 (D) A una persona en automóvil

6 Según Miguel Delibes, ¿por qué hay pocos futbolistas en Estados Unidos?

- (A) Porque los estadounidenses usan muy poco sus piernas
 (B) Porque los futbolistas se van a estudiar a Inglaterra
 (C) Porque en Estados Unidos no hay escuelas de fútbol
 (D) Porque los estadounidenses no son hábiles ni precisos

7 ¿Cómo es este relato?

- (A) Es melancólico.
 (B) Es humorístico.
 (C) Es realista.
 (D) Es crítico.

11

Tema curricular: La ciencia y la tecnología
Contexto: El acceso a la tecnología

Fuente n.º 1

Este artículo presenta un informe sobre el crecimiento y expansión del uso de redes sociales en Argentina y Latinoamérica en años recientes. El artículo fue publicado en el diario *La Nación* de Buenos Aires en abril de 2011.

Crece la penetración de Internet en Argentina

por José Crettaz

- Línea Internet está completamente incorporada a la actividad económica y social de América Latina, donde las redes sociales y los sitios de compras empujan su explotación como plataforma de negocios. En la región, la audiencia conectada creció 15% en 2010 al pasar de 96,6 millones a 111,4 millones de personas. En Argentina, ese público alcanzó los 12,8 millones el año pasado.
- En el contexto regional, Argentina tiene sus particularidades. Al tratarse de un mercado maduro, creció menos, apenas el 3%, pero está entre las principales plazas para las redes sociales y los grupos de compras colectivas. Además, los argentinos son los que más horas pasan conectados a la red, más que mexicanos y brasileños. Argentina es el sexto mercado mundial de Facebook y el octavo de Twitter en alcance (es decir, el número de usuarios de esas plataformas sobre la base total de internautas).
- Todos estos datos surgen del estudio Memoria Digital Latinoamérica 2010 elaborado por la consultora Comscore. Para Alejandro Fosk, vicepresidente *senior* de la firma en América Latina, “recién estamos viendo la punta del *iceberg* en cuanto a la gran penetración de los sitios de compras colectivas y descuentos. ¿Qué va a pasar cuando en lugar de *spa* y peluquería los usuarios se agrupen para contratar *triple play*, pasajes aéreos o electrónicos y revertan el poder de negociación?”
- se preguntó. Groupon, el gigante mundial de las compras colectivas y el primero en instalarse en el país, tiene en Argentina el principal mercado de la región en penetración.
- En comparación con otras categorías, y a pesar del crecimiento registrado el año pasado, el *e-commerce* tiene todavía mucho por crecer. “Siguen siendo fuertes las dos principales barreras que ha tenido el comercio electrónico: el temor al robo de datos de la tarjeta de crédito y los problemas en la entrega de los productos comprados”, detalló Fosk. El creciente uso de las redes sociales y la mayor penetración de los *smartphones* (con cámaras cada vez mejores) impactó fuertemente en la categoría fotografías: en Argentina creció 36% el tráfico hacia sitios de fotos.
- En la región**
- Aunque no crece al ritmo de China, Rusia o Brasil (que muestran tasas superiores al 20%), América Latina mostró en 2010 un avance firme. Y así seguirá “gracias a la penetración de banda ancha residencial a lo largo de la región y potenciado por la migración del uso de ambientes compartidos —como cafés de Internet o universidades— a conexiones de hogar u oficina”, según el estudio de Comscore.
- En la región, los usuarios de Internet son levemente más jóvenes que la población mundial *online*. El 62% de la audiencia de Internet

Interpretive Communication: Print Texts

latinoamericana tiene entre 15 y 35 años, en
 60 comparación a sólo 53% de la población *online*
 mundial para el mismo grupo erario. Venezuela,
 Colombia, México y Brasil tienen la mayor
 proporción de usuarios jóvenes, en cambio la
 composición de la audiencia joven en Chile y
 65 Argentina se acerca al promedio mundial.

En el orden regional, crece fuertemente el
 tiempo dedicado a las redes sociales, los sitios
 de fotografía y las páginas multimedia, y cae
 estrepitosamente el uso de mensajería instantánea
 70 y, en menor medida, el del correo electrónico,

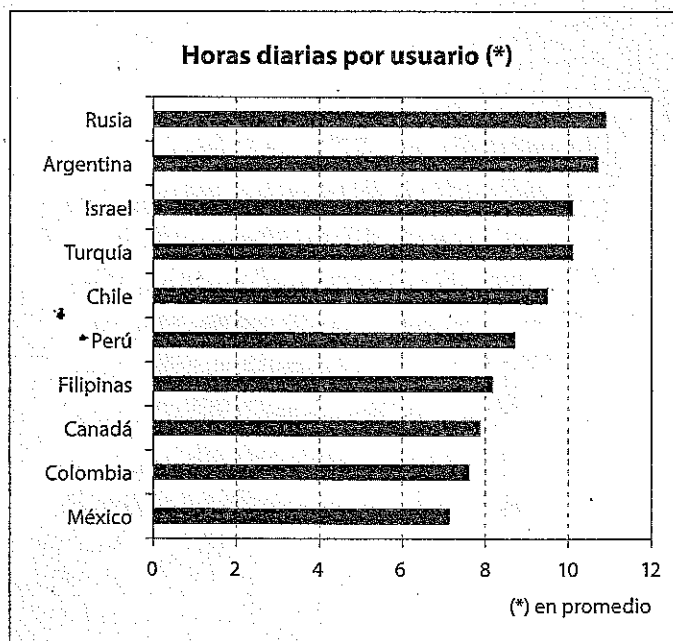
El usuario latinoamericano tiene ciertas
 características que lo distinguen del resto de
 los internautas. Por ejemplo, alrededor del 90%
 de la audiencia usa redes sociales, superando al
 promedio de Europa y Asia y ubicándose al nivel
 de América del Norte. 75

Para Fosk, los motores del crecimiento del
 tráfico este año estarán en las aplicaciones móviles.
 “Las *apps* están revolucionando el ámbito del
software. Están generando modelos de negocios
 80 rentables, con micropagos y productos fáciles de
 descargar y de usar”.

Fuente n.º 2

Uso de redes sociales en el mundo

Esta tabla, publicada originalmente por el diario argentino *El Cronista* el 23 de marzo de 2012,
 presenta información sobre el tiempo de uso de las redes sociales en diversos países del mundo,
 incluyendo Latinoamérica, en 2011.



Fuente: *Cronista.com*

Interpretive Communication: Print Texts

- 1** Según el artículo, ¿cuál de las siguientes afirmaciones sobre el uso de Internet en Argentina es correcta?
- (A) Creció a la par que en el resto de Latinoamérica.
 (B) Creció menos que en el resto de Latinoamérica.
 (C) No creció en el período estudiado.
 (D) Se usa principalmente para actividades comerciales.
- 2** ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor el mercado argentino?
- (A) Como es un mercado maduro, no tiene gran importancia para las redes sociales.
 (B) Es un mercado maduro, listo para crecer más que otros.
 (C) Es un mercado importante en Latinoamérica, aunque crezca poco.
 (D) Es el mayor mercado de Latinoamérica.
- 3** ¿Qué significa el término “internautas”?
- (A) Personas conectadas a Internet
 (B) Usuarios de Internet en Argentina
 (C) Usuarios de Internet que se conectan a las redes sociales
 (D) Personas que prefieren no usar Internet
- 4** ¿A qué se refiere el artículo al afirmar que Argentina es el sexto mercado mundial de Facebook “en alcance” (línea 17)?
- (A) Argentina ocupa el sexto lugar en número total de usuarios de Facebook.
 (B) Los argentinos ocupan el sexto lugar en el mundo en horas de conexión a Facebook.
 (C) Argentina ocupa el sexto lugar en porcentaje de internautas conectados a Facebook.
 (D) En Argentina, Facebook alcanza a más usuarios que otras redes sociales.
- 5** ¿Cuál de estas afirmaciones describe mejor la situación del e-commerce en Argentina?
- (A) No ha crecido en absoluto porque encuentra muchas barreras.
 (B) Está creciendo explosivamente gracias a las redes sociales.
 (C) Ha crecido poco por temor al robo de datos.
 (D) Ha crecido mucho, aunque hay problemas con las entregas.
- 6** ¿Qué ha sucedido con el uso de conexiones de banda ancha residencial en Latinoamérica?
- (A) No ha aumentado significativamente.
 (B) Ha migrado a hogares y oficinas.
 (C) Ha migrado a cafés y universidades.
 (D) Ha aumentado significativamente.
- 7** ¿Cuál de las afirmaciones refleja mejor el perfil de los usuarios de Internet en América Latina comparado con los de otras regiones?
- (A) Son un poco más jóvenes.
 (B) Tienen la misma edad.
 (C) Son mucho más jóvenes.
 (D) No tienen más de 35 años de edad.
- 8** ¿Cuál de las siguientes afirmaciones resume mejor la opinión de Alejandro Fosk sobre el futuro del uso de Internet en Latinoamérica?
- (A) Crecerá por el uso de conexiones de banda ancha.
 (B) Crecerá por el aumento de usuarios jóvenes.
 (C) Crecerá por el uso de teléfonos inteligentes y tabletas.
 (D) Crecerá más que en Asia y Europa.
- 9** ¿Cuál de las siguientes afirmaciones resume mejor el uso de Internet en Latinoamérica?
- (A) Ha madurado.
 (B) Está creciendo y crecerá aún más.
 (C) Hay barreras para su crecimiento.
 (D) Sus usuarios son más jóvenes.
- 10** Según la gráfica, ¿en qué país del Cono Sur los usuarios usan menos las redes sociales?
- (A) Argentina
 (B) México
 (C) Chile
 (D) Perú
- 11** ¿Cuál de las siguientes afirmaciones del artículo puede verificarse en la gráfica?
- (A) Argentina es el sexto mercado mundial de redes sociales.
 (B) El uso de Internet en América Latina creció a menor ritmo que en Rusia.
 (C) Los argentinos pasan más horas conectados que otros latinoamericanos.
 (D) El e-commerce aún tiene mucho por crecer.

12**Tema curricular:** La ciencia y la tecnología**Contexto:** Los efectos de la tecnología en el individuo y en la sociedad

En esta carta, Celia le cuenta a su amigo Fernando una anécdota reciente que vivió en Internet, y comenta sobre la vida moderna.

Estimado Fernando:

Me alegró mucho verte el domingo pasado, después de casi dos años. Cómo ha pasado el tiempo, ¿verdad? Y me gustó mucho la conversación que tuvimos sobre Internet, las redes sociales y el correo electrónico (prometo que los usaré más para que sigamos en contacto). Para seguir la conversación, quiero contarte una anécdota al respecto.

Hace poco, vi en Facebook que la mamá de Silvia, una de mis amigas, le escribió que la cena estaba servida y le pidió que por favor fuera a la mesa antes de que se enfriara la comida. Parece un chiste, pero ocurrió en la realidad. Silvia le contestó que iba a terminar una tarea que tenía que subir al servidor de la escuela y que luego iba a la mesa.

La mamá le contestó: "Cómo nos comunicamos de bien por la red, querida hija". Me pareció una conversación muy graciosa. De inmediato varios de los que estábamos conectados empezamos a hacer comentarios. ¿Conoces alguna historia parecida a esta?

Le conté la anécdota a mi tío Alejandro y me contestó que hasta hace unos años las familias comían juntas y luego se reunían a ver televisión. Me dijo que hoy vivimos en una época en la que no deberíamos hablar de comunicación, sino de incomunicación. Yo no sé si estoy de acuerdo. A fin de cuentas, la televisión también es una pantalla electrónica y por Internet al menos podemos conversar, y a veces hasta se conversa mejor por este medio que cuando lo hacemos en persona. ¿Qué piensas de lo que dice mi tío?

Por lo menos yo, no me imagino lo que sería preparar un trabajo para la escuela sin la computadora. Mi tío Alejandro me contó que en las casas había grandes enciclopedias para consultar los trabajos de la escuela y que había que ir a las bibliotecas a buscar información. También me dijo que para enterarse de las noticias había que esperar hasta la hora del noticiero de radio, a menos de que fuera algo extraordinario, porque los de televisión siempre eran a una hora fija.

Línea

5

10

15

20

25

Interpretive Communication: Print Texts

No me imagino cómo mis padres pudieron vivir en un mundo así cuando tenían mi edad, sin teléfonos móviles ni computadoras. ¡Y sin Internet!

Con afecto,

Celia

30

- 1** Según la carta, ¿cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la relación entre Celia y Fernando?
- (A) Son novios.
 (B) Son amigos, pero no se ven muy a menudo.
 (C) Son amigos muy cercanos.
 (D) Son amigos recientes.
- 2** ¿Con qué propósito le cuenta Celia una anécdota a Fernando en la carta?
- (A) Para retomar la conversación
 (B) Para cambiar el tema de conversación
 (C) Para concluir la conversación
 (D) Para despedirse de él
- 3** Según la carta, ¿por qué afirma Celia que su anécdota “parece un chiste” (línea 9)?
- (A) Porque es una anécdota sin importancia
 (B) Porque es una mentira
 (C) Porque Celia tiene mucho sentido del humor
 (D) Porque la anécdota es humorística
- 4** En la anécdota contada por Celia, ¿por qué la mamá responde “Cómo nos comunicamos de bien por la red, querida hija” (líneas 12-13)?
- (A) Porque quiere mucho a Silvia
 (B) Porque le gusta usar ese medio de comunicación
 (C) Porque no se comunican tan bien en persona
 (D) Porque no entendió lo que su hija le dijo
- 5** ¿A qué se refiere Alejandro, el tío de Celia, al afirmar que hoy “no deberíamos hablar de comunicación, sino de incomunicación” (líneas 18-19)?
- (A) A que antes las personas veían más televisión
 (B) A que antes las personas se comunicaban mejor
 (C) A que antes las personas tenían más medios de comunicación
 (D) A que antes las personas no podían comunicarse
- 6** ¿Cuál de las siguientes afirmaciones refleja mejor la opinión de Celia sobre las palabras de su tío?
- (A) Ver televisión no comunica más a las personas.
 (B) Siempre es mejor conversar en persona.
 (C) Antes, ver televisión cumplía las funciones de Internet.
 (D) Ver televisión no se parece en nada a usar Internet.
- 7** ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la opinión de Celia sobre los medios de comunicación del mundo actual?
- (A) Son útiles y mejores que los del pasado.
 (B) Son útiles, pero los del pasado eran mejores.
 (C) Solo sirven para el entretenimiento.
 (D) Son iguales a los que existían en el pasado.