



EXAMEN RESUELTO Y EXPLICADO

Comentario de Texto

UNED Acceso 25 y 45.

Convocatoria de Junio 2026 resuelta: resumen modelo, tema esencial explicado y guía de opinión personal con los conectores clave en negrita.

3

preguntas

Junio 2026

convocatoria

NORMAS DEL EXAMEN

Dispones de 1 hora para hacer el examen. Debes responder a las 3 preguntas sobre el texto, sin elegir entre ellas: resumen (3 puntos), tema esencial (2 puntos) y opinión personal razonada (5 puntos). Cuida especialmente la ortografía y la redacción.

ISABEL COIXET, XL SEMANAL (TEXTO ADAPTADO)

Hay una aplicación en Dinamarca que te dice qué productos no comprar. Los escaneas en el supermercado y te avisa: esto es de aquí o de allá, aquello financia tal cosa. No es publicidad ni una campaña oficial. Es gente que se organizó porque sintió que era lo único que podía hacer, y funciona: las ventas caen, las empresas reaccionan. ¿Cuándo nos convencieron de que nuestras decisiones de compra eran insignificantes? Sin embargo, importamos. Por eso gastan millones en estudiarnos: cada clic es un dato; cada segundo de atención, un activo que genera ingresos. Por eso te siguen por internet como si fueras un fugitivo.

No es que seamos insignificantes, sino que nos conviene creerlo. Si aceptas que tu dinero no importa, puedes comprar lo que sea sin culpa. Puedes suscribirte a plataformas que explotan a sus trabajadores o comprar en empresas que destruyen el medioambiente, y dormir tranquilo, porque, total, ¿qué iba a cambiar tu decisión individual? Pero sí cambia. Los daneses lo saben y las empresas que contratan agencias para gestionar su reputación también. Tu voto como consumidor cuenta más que tu voto como ciudadano. Votas cada cuatro años, pero compras cada día; y, cada vez que no compras algo, alguien lo nota. Cuando cancelas una suscripción o dejas de ir a una tienda en línea, un analista tiene que explicar por qué. Cuando suficiente gente hace lo mismo, hay reuniones de emergencia, cambios de estrategia... No porque seamos importantes para ellos como personas, sino porque nuestro dinero es su gasolina. Esa dependencia es lo único parecido al poder que nos queda.

Estoy hablando de cancelar suscripciones que no usas, de resistir el impulso de comprar lo que no necesitas, aunque un algoritmo decidió que era el momento perfecto para mostrártelo. Ese es el truco más perverso del capitalismo tardío: nos venden soluciones a problemas que ellos crearon (entretenimiento después de colonizar nuestro tiempo libre; alivio para la ansiedad que sus productos generan...).

Tu aislamiento es rentable; tu infelicidad es un modelo de negocio; y, cuanto más compras para solucionarlo, más perpetúas las condiciones que lo causan. Eso es lo que las empresas no quieren que entiendas: no necesitas que todo el mundo boicotee, sino que un porcentaje crítico lo haga. Y es mucho más bajo de lo que piensas: cinco, diez, quince por ciento puede ser suficiente para causar pánico, porque las corporaciones viven en un equilibrio precario. Despliegan ejércitos de relaciones públicas y compran influencers porque saben que, si suficiente gente deja de creer en ellas, se acabó.

1 Resumen del texto (de 5 a 8 líneas). 3 puntos

Resumen modelo:

El texto denuncia que las empresas nos hacen creer que nuestras decisiones de compra son insignificantes, cuando en realidad cada gesto de consumo genera datos e ingresos que sí les importan. Explica que el consumidor tiene más poder real que el ciudadano en las urnas, porque compra cada día y su rechazo se nota de inmediato. Cancelar suscripciones o dejar de comprar en una empresa no cambia nada de forma aislada, pero sí lo hace cuando lo hace un porcentaje crítico de la población, algo que las corporaciones temen y por eso invierten en reputación e influencers. La autora concluye que el aislamiento y la infelicidad son rentables para ese modelo de negocio, y que perpetuamos el problema cada vez que compramos una solución rápida a un malestar que las propias empresas provocaron.

2 ¿Cuál es el tema o idea esencial del texto? 2 puntos

a) El posible impacto de las decisiones individuales de consumo sobre las empresas.

CORRECTA

b) Las aplicaciones móviles que informan sobre el origen de los productos.

c) Las ventajas del comercio en línea y la importancia del algoritmo para ayudar al consumidor.

Por qué es esa y no las otras:

La opción correcta es la a). Aunque el texto arranca mencionando una aplicación danesa (opción b), esa app es solo el ejemplo que introduce la idea real: que las decisiones de compra de cada persona, multiplicadas por un porcentaje crítico de la población, sí tienen poder para hacer reaccionar a las empresas. La opción b) confunde el ejemplo inicial con la idea esencial, y la opción c) es directamente contraria al texto, que en ningún momento defiende el comercio en línea ni los algoritmos: al contrario, los presenta como la herramienta que las empresas usan para vigilarnos y venderse mejor.

Guía de opinión (idea básica, sin copiar el texto):

Para esta opinión, no hace falta repetir el ejemplo de la app danesa ni la frase de "tu aislamiento es rentable": aporta algo tuyo, como un caso concreto de consumo consciente que conozcas (una marca que dejó de comprarse en masa por una polémica, un boicot que sí funcionó, o al contrario, tu propia experiencia de sentir que "comprar poco no cambia nada").

Sin embargo, puedes plantear que estás de acuerdo con la idea central, pero matizar hasta qué punto el consumidor medio tiene tiempo o información para tomar decisiones tan meditadas.

En primer lugar, conviene reconocer que el texto tiene razón al señalar que las empresas cuidan muchísimo su reputación pública.

En segundo lugar, cabe preguntarse si ese poder del consumidor es real para todo el mundo, porque no todas las personas pueden permitirse dejar de comprar algo barato para sustituirlo por una alternativa más cara y ética.

En conclusión, puedes cerrar tu opinión con una postura clara: que el consumo consciente es una herramienta real de presión, pero no una solución completa mientras no vaya acompañada de otras formas de participación (asociaciones de consumidores, regulación, información transparente).

Cómo usar los conectores para aprobar fácil:

Los conectores en negrita (Sin embargo, En primer lugar, En segundo lugar, En conclusión) son la estructura mínima que un corrector espera ver en una opinión de 15-18 líneas: presentan la idea, la matizan o la contrastan, ordenan dos argumentos distintos, y cierran con una conclusión propia. No necesitas usar exactamente estos: sirven igual también, además, por otro lado, no obstante, en definitiva, por último. Lo importante es no escribir un bloque de texto sin conectores: son ellos los que le indican al corrector que tu redacción tiene un orden lógico, aunque el contenido de fondo sea sencillo.

¿Quieres practicar tests como este?

Entra gratis en cazaplazar.es y sigue preparando Comentario de Texto con preguntas reales de exámenes anteriores.

Empezar test gratis