

23. ? Responde a las preguntas.

1. ¿Por qué la sociedad española confía en los medios de comunicación?
2. ¿Cuáles son los diarios españoles más influyentes?
3. ¿Qué periódico es el más consultado en internet?
4. ¿Recuerdas el título de alguno de los suplementos dominicales que más gustan a los lectores?

24. 🎧 Escucha el texto y completa las oraciones en el cuaderno.

1. Periódicos que se compran más: ...
2. Revistas que se venden más: ...
3. Revistas que prefieren mujeres: ...
4. Revistas que les gustan a los hombres: ...

25. Contesta a las preguntas según el texto escuchado.

1. ¿De qué depende cuáles son los periódicos que más compra la gente?
2. ¿Han cambiado las costumbres de los lectores?
3. ¿Cuál es el mensaje lanzado?

26. 👥 Lee la información sobre la prensa impresa de nuestro país y cuenta cuáles son los diarios más influyentes de nuestro país y qué información ofrecen. Podéis trabajar en grupos presentando un periódico elegido.

La prensa de Belarús

“S.B. Belarús hoy” (antes «Sovetskaya Belorussia») es el periódico de información general de mayor difusión. Se publica en ruso. Es un periódico



dinámico y moderno que ofrece a sus lectores la información más diversa e interesante. También ofrece la programación de los canales de televisión así como los crucigramas. Es un periódico de pago con periodicidad de 5 veces a la semana, de lunes a sábado con la tirada de más de medio millón de ejemplares.

ЗВЯЗДА

“Zvyazda” es el periódico más antiguo, se publica desde el año 1917. Desde 1927 se publica en belaruso. Con la periodicidad de 5 veces a la semana informa sobre la temática de la vida socio-política, económica, cultural, deportiva nacional e internacional, también sobre la actividad del gobierno, del parlamento, de los organismos jurídicos, sindicatos, partidos.

“Respublika” es un diario socio-político de pago que ofrece a sus lectores diferentes artículos dedicados a la política, la economía, la cultura,

la sociedad y el deporte. También se publican leyes y edictos, varias actas normativas, cotizaciones de divisas.

Рэспубліка

ПРЕСБОЛ

“Pressbol” es el periódico deportivo de mayor difusión y popularidad. Ofrece toda clase de información cuyo centro de interés gira en torno a la vida de personajes públicos relacionados con el mundo del deporte: novedades, entrevistas, programación, resultados de diferentes competiciones y sus análisis. Todo sobre el deporte y los deportistas.

Claves para presentar un periódico:

- Título ...
- Periodicidad ...
- Tipo de difusión (gratuito o a pagamento) ...
- Temática ...
- Tirada ...

27. ⓘ ¡Es interesante! Lee la entrevista y encuentra la frase clave del texto. ¿Puede ser usada para sustituir el título de la entrevista?

Periódicos: innovar, innovar y volver a innovar

22 / 06 / 2014

– ¡Buenas tardes! Hoy en nuestro estudio tenemos al representante de la compañía ecuatoriana “Maruri”. Bueno, ¿a qué se dedica su compañía, señor Maruri?



– Somos una compañía que se dedica a la publicidad, y lo hacemos con bastante éxito: hasta ahora hemos ganado 16 Leones de Cannes. Ustedes saben que es un festival internacional de publicidad que se celebra en Francia.

– Por supuesto. Pero hoy el tema de nuestra conversación está relacionado con las innovaciones en prensa. ¿Qué relación tiene su compañía con periodismo?

– Bueno, nosotros colaboramos con muchos periódicos y revistas por el tema de publicidad que ellos publican. Pero con el periódico “Extra” hemos realizado un interesante proyecto.

– Este periódico es el más vendido en Ecuador, ¿por qué sus responsables pidieron ayuda a la compañía de usted?

– Pues, usted sabe que durante la época de lluvia todos los periódicos que se venden en la calle se venden mal. El agua lo moja todo. Y el periódico “Extra” estaba buscando alguna salida de la situación y se dirigió a nosotros.

– Y ¿cuál fue su idea?

– Crear el periódico-paraguas.

– ¡¿Cómo?!

– Sí, hemos creado un periódico con la cubierta plastificada que no dejaba pasar el agua. Así los lectores podían usarlo para cubrirse de la lluvia y hojearlo sin que se mojara.

– ¡Una maravillosa idea! Y ¿cuál fue el resultado?

– ¡Esto funcionó! Las ventas de ‘Extra’ durante el período de lluvias de este año han crecido en un 16%, además ellos han firmado contratos con 21 nuevos anunciantes.

– Para algunos esta idea quizá parezca surrealista y para otros – ingeniosa, ¿no?

– Es verdad. Pero como dice el eslogan, “la lluvia ha dejado de ser una mala noticia”.

– ¡Bien dicho!

– Lo cierto es que hemos tenido una idea innovadora y esto funcionó. No se debe nunca dejar de aprender. Hay que transformarse constantemente.

– Usted tiene razón. Gracias a usted por la información tan interesante.

– Gracias a usted. ¡Hasta la vista!

– ¡Hasta la próxima!

Segun el artículo *Periódicos: innovar, innovar y volver a innovar*