

Lección 5. Al paso con el tiempo

1.  Lee el texto y compara el número de lectores y las tiradas de los periódicos gratuitos y los de pago.



El desarrollo de las nuevas tecnologías afecta a todos los medios de comunicación. El formato tradicional de la prensa escrita se ha visto desafiado en los últimos años por la aparición de dos nuevos competidores: la generalización de internet y de la prensa electrónica, así como de medios de información alternativos como los blogs y, en segundo lugar, la aparición de la prensa gratuita, distribuida en la calle y no en los lugares habituales como quioscos (*20 minutos*, *Metro*, *ADN*, *¡Qué!*). Menos éxito tuvo un periódico que concibió como método de integración social para indigentes, que actuaban como vendedores como alternativa a la mendicidad¹ (*La Farola*).

La prensa gratuita superó por sus tiradas y el número de lectores a los diarios de pago. Las siguientes tablas comparan la tirada, la difusión y el número de lectores estimado de los periódicos españoles de los que se tienen datos.

Nombre	Periodicidad	Tipo de difusión	Promedio tirada diaria	Lectores diarios
<i>20 Minutos</i>	lunes a viernes	gratuito	702.518	2.279.000
<i>¡Qué!</i>	lunes a viernes	gratuito	619.129	1.496.000
<i>ADN</i>	lunes a viernes	gratuito	575.887	1.203.000

¹ **mendicidad** – попрошайничество / папрашальніцтва

Nombre	Periodicidad	Tipo de difusión	Promedio tirada diaria	Lectores diarios
<i>El País</i>	diaria	pago	473.407	1.924.000
<i>El Mundo</i>	diaria	pago	383.713	1.282.000
<i>ABC</i>	diaria	pago	326.584	756.000

2. Expresa tus ideas sobre por qué la prensa gratuita va pisando fuerte.

Modelo: Creo que la prensa gratuita es mejor presentada. También según mi opinión...

3. Ahora lee la opinión de un joven y compárala con la tuya.

En efecto los gratuitos están elevando su distribución, es más fácil que pasen de mano en mano, la gente los deja en los asientos del transporte y cualquiera que pasa los toma. Cosa más difícil de hacer si te has gastado un euro en *El País* o en *El Mundo*, con sus 64 páginas tamaño tabloide mientras que *20 minutos* es gratis con 40 páginas de un tabloide reducido. El gratuito lo ojeas y lo abandonas, los otros no, ahora habrá que saber si los que dicen que los leen en verdad leen lo que dicen.

Qué los lean más los jóvenes, suena muy lógico, si tus padres te dan tu abono mensual (42 euros para los menores de 22 años) de transporte y apenas unos cuantos “duros” para gastar en el colegio, es obvio que no vas a gastar un euro en el periódico, a esa edad, antes te compras cualquier otra cosa menos el periódico, luego entonces es factible que lean más los gratuitos que los de paga. Ahora en cuanto al contenido, *20 minutos* no te informa ni la mitad de lo que te informa algún otro medio de paga, no forma opinión y por lo tanto carece de influencia en la sociedad. Como producto publicitario está bien sin duda, como periódico y medio de información... tengo mis dudas.

1. ¿Por qué los “regalados” están subiendo su distribución?
2. ¿Quién los lee?
3. ¿Por qué los jóvenes dan preferencia a este tipo de prensa?