

EJERCICIOS TEMA 1

Ejercicio 1

Busque 5 noticias relacionadas con una línea aérea que utilice aviones de la marca Airbus. El objetivo del trabajo es que se familiarice con el uso de "http://news.google.es" o de otro buscador de noticias en prensa (http://es.noticias.yahoo.com/ por ejemplo). Escriba el título de las noticias y su enlace junto a una breve relación de las instituciones y empresas que aparecen citadas en cada artículo. Utilice el siguiente modelo: Noticia 1: "Título de la noticia". Enlace: http:// _____ Empresas e instituciones citadas:

NOTICIA 1: *"Aerolíneas Argentinas adquiere nuevos aviones Airbus y Boeing para sus operaciones nacionales e internacionales"*

Enlace: <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/aerolineas-argentinas-adquiere-nuevos-aviones-airbus-y-boeing-para-sus-operaciones-nacionale>

Empresas e Instituciones citadas: presidente de Aerolíneas Argentinas Mariano Recalde, la propia aerolínea Aerolíneas Argentinas, empresa Boeing Company (aeronáutica y de defensa), Airbus, el Estado Argentino, aviación de Argentina y Sudamérica...

NOTICIA 2: *"Aerolíneas Argentinas proyecta ampliar sus frecuencias a Estados Unidos, Perú, Colombia y Venezuela"*

Enlace: <http://www.telam.com.ar/notas/201311/41108-aerolineas-argentinas-proyecta-ampliar-sus-frecuencias-a-estados-unidos-peru-colombia-y-venezuela.html>

Empresas e Instituciones citadas: Director Regional Marcelo William Bottini de Norteamérica, Centro América, Venezuela, Perú Colombia y Ecuador, Télam (agencia de noticias nacional de la República Argentina), Aerolíneas Argentinas, Sky Team, y Delta Airlines (dos aerolíneas), aviones Airbus, Aerolíneas Cargo, Sky Team Cargo, aerolínea Varig...

NOTICIA 3: *"Recalde anticipa que el déficit de Aerolíneas Argentinas será de 250 millones de dólares"*

Enlace: <http://www.iprofesional.com/notas/175009-Recalde-anticipa-que-el-dficit-anual-de-Aerolneas-Argentinas-ser-de-us250-millones>

Empresas e Instituciones citadas: Aerolíneas Argentinas, el Estado, radio Vorterix, Télam (agencia de noticias nacional de la República Argentina)...

NOTICIA 4: *“Se despidió con un vuelo rasante y un “viaje de película”*

Enlace: <http://www.lanacion.com.ar/1640074-un-vuelo-rasante-de-aerolineas-argentinas-y-un-viaje-de-pelicula>

Empresas e Instituciones citadas: LA NACIÓN (para noticias de Argentina y del mundo el Internet), Aerolíneas Argentinas, aeropuerto Aeroparque Jorge Newbery, comandante y ex titular de la Asociación de Pilotos de Líneas Aéreas (APLA) Jorge Pérez Tamayo, Airbus, Youtube...

NOTICIA 5: *“Aerolíneas Argentinas firmó un acuerdo con Airbus por la compra de cuatro aviones A-330/200”*

Enlace: <http://www.telam.com.ar/notas/201311/40431-aerolineas-argentinas-firmo-un-acuerdo-con-airbus-por-la-compra-de-cuatro-aviones-a-330200.html>

Empresas e Instituciones citadas: Aerolíneas Argentinas, Airbus,

Ejercicio 2

Como estudiante de la Universidad de Granada (o como miembro de todo tipo de organizaciones), Vd. recibe semanalmente información interna vía correo e. Esta comunicación se hacía hasta hace pocos años sólo a través de correo postal, carteles, folletos, etc. o sencillamente no se hacía. El formato papel pierde presencia paulatinamente, al tiempo que gana la información vía Internet o correo e. Revise el tipo de información que recibe vía correo e., clasifíquela. Describa brevemente tres de esos correos ¿es comunicación interna o externa? Opine sobre este método de información y sobre su impacto en usuarios como Vd.: ¿cumple su función? ¿Es excesiva? ¿La lee habitualmente? ¿Ha llegado a convertirse en “ruido” (algo molesto de fondo, que se intenta evitar... casi spam)? ¿Cree que es eficiente esta forma de comunicación? ¿Por qué? ¿Qué actividades estima que suple? (Escriba no menos de 40 líneas)

Algunos de los correos que he seleccionado son:

Universidad de Granada Correo Web

Correo Contactos Configuración Cerrar sesión

Filtrar: Todos

Asunto	De	Fecha	Tamaño
Biblioteca Universitaria. Ticket	bibgestiondelsistema@ugr.es	Lun 13:08	2 KB
Bienvenido a Marketing en Redes Sociales	Francisco Rejón Guardia	2013-11-07 22:08	1 KB
Clases semana que viene e instrucciones del simulador	2351142@ugr.es	2013-10-22 20:47	2 KB
Claves del simulador	2351142@ugr.es	2013-10-31 14:23	2 KB
[Ticket#2013112010000087] Confirmación: ticket creado	Área de Informática CEVUG	Mié 11:10	2 KB
Curso de Herramientas de la Comunicación Corporativa	Escuela de Protocolo	Lun 14:39	65 KB
Cursos de Formación Complementaria	FGUGREM-Formación	2013-11-11 19:38	12 KB
[CEVUG] Datos de acceso al curso: Herramientas de la Comunicación Corporativa, 4ª edición	Centro de Enseñanzas Virtuales	Mié 08:53	8 KB

Elija: ☐ Hilos: ☐ Mostrar vista preliminar: ☒

Mensajes 1 a 26 de 26


Área de Formación

Estimado/a Alumno/a,

Desde la Fundación General Universidad de Granada – Empresa, te escribimos para informarte de cursos complementarios presenciales a través de los cuales puedes complementar tu formación, obtener créditos ECTS o de Libre Configuración y mejorar tus competencias profesionales:

Constitución y Gestión de Empresas de Inserción. II Edición

Universidad de Granada Correo Web

Correo Contactos Configuración Cerrar sesión

Filtrar: Todos

Asunto	De	Fecha	Tamaño
[infoalumnos] La UGR subvenciona las actividades deportivas a todos sus estudiantes	gabcomunicacion	2013-10-18 08:47	3 KB
[infoalumnos] LABORATORIOS: Encuesta de satisfacción de usuarios 2013	Planificacion PAS	Mié 13:59	3 KB
[infoalumnos] LOS BRILLANTES 50: ciclo de conferencias paralelo a la exposición	Centro de Cultura Contemporánea	Vie 09:04	9 KB
[infoalumnos] Novedades editoriales de la eug. Octubre 2013	Editorial Universidad de Granada	2013-10-23 13:21	51 KB
[infoalumnos] Nueva normativa de evaluación y calificación	secretariodge	2013-09-27 18:30	4 KB
[infoalumnos] Taller de Henna en los Encuentros Amazigh en el Milenio de Granada	FUNDACIÓN EUROÁRABE	Mié 18:35	10 KB
[infoalumnos] Taller de pericia caligráfica (información actualizada)	medieval	Mié 13:09	4 KB
[infoalumnos] VI Festival Internacional de Teatro Universitario de Granada	Secretariado de Extensión Universitaria	Vie 08:26	44 KB

Elija: ☐ Hilos: ☐ Mostrar vista preliminar: ☒

Mensajes 1 a 27 de 27

Asunto [infoalumnos] Taller de Henna en los Encuentros Amazigh en el Milenio de Granada

Remitente: FUNDACIÓN EUROÁRABE

Destinatario: infoconfe@listas.ugr.es, infoalumnos@listas.ugr.es

Fecha: Mié 18:35

TALLER DE TATUAJE AMAZIGH CON HENNA

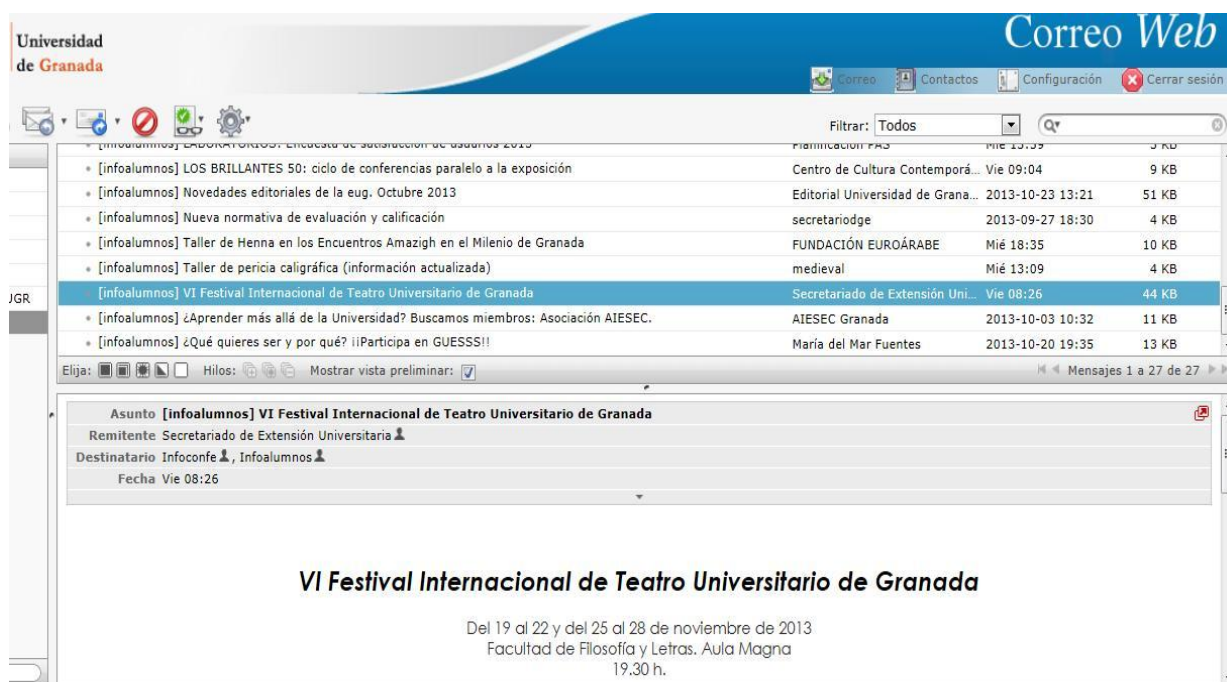
En los Encuentros Internacionales de "Cultura Amazigh en el Milenio de Granada"

El taller de tatuaje amazigh con Henna, que imparte Kawtar Tazrouiti, es gratuito y se ofrece en la Fundación Euroárabe en horario de mañana, de 10 a 13h. y de tarde, de 17 a 20h.

..... Lunes, 25 de noviembre en horario de mañana y tarde

..... Inscripción gratuita

..... KAWTAR TAZROUTI ofrecerá este próximo lunes 25 de noviembre, un taller de tatuaje amazigh con Henna.



He seleccionado estos tres correos electrónicos que son los que más habitualmente me llegan a mi buzón en el correo institucional de la UGR. A veces también me llegan correos de profesores y profesoras de las asignaturas que estoy cursando, los cuales son comunicación interna pues van dirigidos especialmente al alumnado de la clase correspondiente que imparten y están dedicados a la labor o quehacer cotidiano. Este tipo de correos no los he seleccionado porque son del otro tipo los que me llegan más habitualmente.

Estos tres correos que he seleccionado son de tipo comunicación externa, pues se orientan a establecer una interrelación entre una organización hacia todos los públicos con los que actúa hacia fuera con el propósito de crear, posicionar y mantener la imagen de marca de los diferentes bienes y servicios. Estos son correos que van dedicados a todo el público, ya sea interesado en los que se ofrece o no.

Este método de información externa no me parece muy adecuado para un usuario como yo, pues es una información muy generalizada para todos los públicos y en la mayoría de las veces es una información en la que no estoy muy interesada, sin embargo la información de tipo interna está más dedicada a un usuario en concreto y es una información más específica y adecuada a mis necesidades.

Por lo tanto pienso que, al menos dos de estos correos que he seleccionado, no cumplen las funciones que yo demando. El primer correo que he adjuntado si es un tipo de correo que me puede interesar

por el tipo de información que recoge, porque aunque está dirigido a un público en general, la información que en él se recoge es una información que me interesa desde el punto de vista académico y formativo para mi carrera y mi vida. En él se ofrece la posibilidad de realizar cursos complementarios para tu formación y complementariamente, nunca descartándonos por esa opción, para obtener créditos optativos para la carrera universitaria. Los otros dos correos son los que habitualmente me llegan y los considero excesivos por la gran cantidad de este tipo que me llegan sin interesarme lo que en ellos se expone. Habitualmente no los leo, me basta con leer el título con el que me llega a mi buzón de entrada para saber que esa información no me interesa, aunque bien es cierto que puede haber un público bastante amplio al que si le interese. Puedo decir incluso que se ha convertido en algo molesto para mí recibir este tipo de correos, sé incluso de gente que tiene su buzón lleno de estos correos acumulados sin leerlos.

Pienso que esta forma de comunicación no es nada eficiente, pues muchos de los correos ofrecen información que solo interesa a un porcentaje de la población. Lo que se debería de hacer es adaptar la información más a los usuarios, que fuese una información más personalizada, lo cual se podría hacer través de algún filtro o sabiendo algunas características de las personas.

Ejercicio 3

El diario Sur (Málaga), los diarios El Mundo, El País o La Vanguardia, etc. están integrados en grupos de comunicación. No le será difícil conocer el grupo al que pertenece cualquiera de los periódicos citados: basta con que vaya al final de su "home" en Internet. Escoja uno de los periódicos mencionados, y describa brevemente (no más de 30 líneas de texto) el grupo al que pertenece (cabeceras –periódicos que integran el grupo-, si tiene o no relación con radio y TV, si cuenta con editorial, etc.).

PERIÓDICO "EL PAÍS"

El periódico que he seleccionado es El PAÍS, este periódico pertenece al grupo PRISA. El **Grupo PRISA** (Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima) es un grupo multimedia español de comunicación, líder en televisión, radio, prensa escrita y editoriales, y también está presente en 22 países de Europa y América.

Este grupo cuenta con numerosos medios como prensa, radio cultura, editoriales, televisión, presencia en internet, comercial, mercadotecnia y publicidad, impresión... y todo esto solo en España, fuera de ella tiene

presencia en Europa y en América con un tanto de medios también muy significativos.

Podemos decir que los periódicos que integran al Grupo PRISA son entre otros: El País, El AS, cincodías, motormercado... siendo estos los de más difusión en España, incluso tiene el 50% en versión española del periódico "The Huffington Post". También está dedicada a la producción de revistas como Cinemanía, la edición española de Rolling Stone, Gentleman, Claves y Revista 40.

Como he dicho anteriormente tiene bastante relación con radio, televisión, editoriales, prensa en Internet, Impresión entre otros muchos más medios. En la radio: en España posee la emisora generalista Cadena SER y las radiofórmulas Los 40 Principales, M80 Radio, Cadena Dial, Máxima FM y Radio Olé, así como la emisora catalana especializada en música y deportes Ona FM. En televisión: grupo Mediaset con todos sus canales, Canal+, Localia, 40 TV y 40 Latino, Sport manía, presencia en EEUU y Portugal entre otros muchos más medios.

Con respecto a las editoriales cabe citar: Grupo Santillana compuesto por Santillana Educación, Santillana Formación, Richmond Publising, Alfaguara, Alfagura Infantil y Juvenil, Taurus, Aguilar, El País-Aguilar, Altea, Punto de Lectura y SUMA.

Ejercicio 4

Cite el nombre de cuatro periódicos de venta en kioscos, y revise sus ediciones digitales. Compruebe si hay consonancia entre el diseño de las versiones papel y digital, si publican la misma información, o si cuentan con las mismas secciones. Seleccione uno de los periódicos en su formato papel. Analice: - Qué número de páginas tiene. - Cuáles son sus secciones y con qué número de páginas cuenta cada sección (para ello sólo ha de revisar la parte superior de cada página y ver el nombre de la sección en la parte superior -nacional, internacional, sociedad...). - Cuando ojee el periódico, al ir pasando sus hojas, repare en la publicidad que se incluye. Calcule qué porcentaje de páginas del periódico son de publicidad. - ¿Coinciden la publicidad que figura en la versión papel con la publicada en la versión Internet? ¿Por qué?

PERIÓDICOS: "LA RAZÓN", "EL MUNDO", "ABC" Y "EL PAÍS"

- Con respecto al periódico "La Razón"



Con respecto a la versión digital y en papel de este periódico coinciden unas cosas y otras no, podemos decir que existe cierta consonancia entre ambas versiones pero he podido comprobar que existen algunas diferencias:

En las noticias, por ejemplo, hay algunas que aparecen en el formato digital y no en el otro y viceversa, no están en el mismo orden por secciones si no desordenadas, en el formato digital las noticias aparecen más actualizadas teniendo en cuenta la rapidez que hay a través de la red actualizando la información, en cambio en papel hay que esperarse a la siguiente edición, el diseño de ambos formatos es similar aunque en el formato digital es mas interactivo dedicado quizás a un público más joven y dinámico con respecto al tema de la red...

En ambos formatos publican la misma información aunque a algunas noticias se le da más importancia en un formato que en otro puesto que en el formato digital obviamente no se puede incluir tanto información y tan intensa como en papel. Las secciones también son prácticamente las mismas (opinión, España, internacional, economía, sociedad, gastronomía, cultura, tv y comunicación, deportes...) apareciendo alguna nueva en el formato digital cómo Toros, gente o Motor. Las secciones del formato digital no siguen un orden riguroso como en el formato papel que viene ordenado por secciones como: opinión, España, Internacional, Sociedad, Economía... si no que puede aparecer de repente una de España, después de Economía, después otra vez de España y así sucesivamente.

- Con respecto al periódico “ABC”

CIUDAD / SUCESO

Detenido un joven de 19 años por la muerte de su madre en Almadén

Se cree que golpeó a su madre con un mueble del dormitorio al sufrir un «fuerte brote neurótico»

► [COMENTAR](#)

► Detenido uno de los asesinos de Sandra Palo tras dos atracos

MADRID

Muere una mujer por los golpes de su exmarido en Madrid

La víctima, de Torrelaguna, presentaba severos traumatismos craneoencefálicos y faciales del agresor, que confesó el crimen

► [5 COMENTARIOS](#)



La exministra Carmen Chacón, «cazada» en uno de sus días laborales en Miami / EL CONFIDENCIAL

GENTE

La elitista conciliación familiar de Carmen



La versión digital posee las siguientes secciones que podemos observar:



Se puede ver que en la versión digital existen nuevas secciones como: Viajar, Salud, Servicios, Cope, Familia, Defensa, Lotería Navidad o Toros.

En cuanto al diseño, podríamos decir que es bastante similar, ya que en ambos formatos, existen secciones dedicadas a aspectos: de actualidad política, económica, social y cultural. No obstante, en la versión digital se intenta mostrar la característica de instantaneidad, de interacción con el lector, ya que se le permite opinar al mismo lector o compartir noticias en sus redes sociales.

Con respecto a la información que aparece en ambos formatos, en las noticias clave, las noticias principales de cada sección están escritas

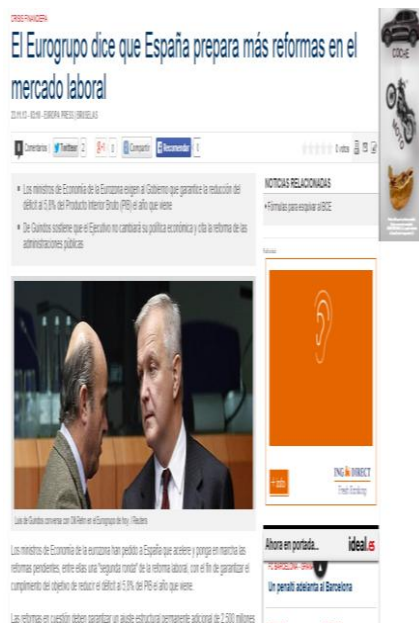
con los mismos titulares y subtítulos; sin embargo, en el formato en papel se analiza la noticia más a fondo e intensamente.

Está claro que el periódico digital no puede contener la misma cantidad de información que en su formato en papel, entre otras cosas, porque el lector del digital quiere la instantaneidad y rapidez en las noticias. Por eso, aunque aparecen las noticias clave en ambos formatos quizá la importancia que se les dé a las mismas es distinta en cuanto a posición que ocupan en el periódico. Hay noticias que aparecen en el formato papel en una sección menos relevante, y en el formato digital aparece en una sección de más relevancia.

En la versión digital se observa información mucho más actual teniendo en cuenta que la información a través de la red se actualiza constantemente, en cambio, en el formato en papel se tiene que esperar a la siguiente edición.

Apreciamos, según la información anterior, que ambos formatos son levemente distintos, pero lógicamente con la intención de adaptarse quizá a usuarios distintos. El digital a usuarios más interactivos, quizá más jóvenes) y dinámicos; y en papel a usuarios más tradicionales.

- Con respecto al periódico “IDEAL”



Como podemos apreciar, en la versión digital existen nuevas secciones como: Agenda, Formación, Innova+, Hemeroteca, mi UGR, entre otros.

En cuanto al diseño, podríamos decir que hay notables diferencias, debido a que, aunque principalmente en ambos formatos Ideal muestra las noticias más relevantes en relación a la Economía, Granada, El mundo o Deportes. Además, la versión digital ofrece mayores servicios tales como por ejemplo ofertas de turismo, la posibilidad de jugar a la primitiva a través de LoteríaIdeal.es, etcétera.

Así mismo, es importante destacar que la versión digital presenta una serie de ventajas como la actualización de la información de manera automática, que permite al lector no sólo estar informado de todas las últimas noticias, sino que además se facilita la interacción entre el periódico y el lector a través de Facebook, Twitter, Google...

Con respecto a la información que aparece en ambos formatos, indicar que las noticias más relevantes del día, como se ha indicado anteriormente, son iguales tanto en el formato digital como en el formato a papel.

Como podemos observar en las imágenes adjuntas anteriormente ambos artículos de la sección Economía, presentan el mismo título y la misma imagen. No obstante, una clara diferencia entre ambos es que el desarrollo del texto está resumido en la versión digital mientras que, el formato de papel profundiza más, lo que quiere decir que en el formato papel las noticias vienen más extensas.

En definitiva, se ha observado que ambas versiones de "IDEAL" se asemejan bastante en cuanto a las noticias más relevantes del día se refiere, mientras que, por otro lado, en aquellas secciones que ofrece la versión digital hay más dinamismo para que el usuario pueda interactuar más, incluso bastante Publicidad.

- Con respecto al periódico "EL MUNDO"



TRIBUNALES: Ha citado a declarar como imputado al arquitecto Gonzalo Urquijo

El juez contradice a Rajoy

- Confirma la existencia de una cierta corriente financiera de cobros y pagos en el PP
- Los trabajos habrían sido abonados en parte con dinero de la caja B
- Además de Urquijo tendrá que volver a declarar el sucesor de Bárcenas, Cristóbal Pérez



En el PP no se pagan cantidades que no hayan sido registradas en la contabilidad del partido ni que de cualquier otra manera resulten fiscalmente opacas", aseguró el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, en febrero. "Se confirman los indicios de la presunta existencia en el PP de una cierta corriente financiera de cobros y pagos continuos en el tiempo, al margen de la contabilidad remitida por el partido al Tribunal de Cuentas", le ha contradicho el juez Pablo Ruz nueve meses después.

El magistrado que investiga la supuesta financiación ilegal del PP ha dado un paso más y ha citado a declarar como imputado al arquitecto que remodeló su sede nacional. El pago en dinero B ascendería esta vez a 888.000 euros.

Paso a paso, modelo hormiguita, el juez de la Audiencia Nacional Pablo Ruz continúa haciendo sus propias anotaciones sobre los llamados papeles de Bárcenas, cuya "realidad" ha vuelto a

MARIA PERAL - Madrid
Actualizado: 23/11/2013 09:16 horas

172

Comunidad

555

Tags

Caso Bárcenas

Agenda Madrid Invierno 2013

Noticias Relacionadas

Palabra de Rajoy: "En el PP no se ha llevado una doble contabilidad"

El gerente del PP declara que firmó pero que nunca recibió los 200.000 euros

Argentina investiga al ex tesorero

El PP apunta al ex presidente del partido en la región

Hacienda no ve relación entre las donaciones al PP y los contratos porque "hay diferencia de meses"

La Fiscalía se opone a la imputación de Atocha, Cascos y 14 empresarios

Passat TDI 105
DESDE 19.600€*

DESCÚBRELO | PRUEBALO

Más leídas

EL MUNDO, el diario de información general de referencia, supera los 1,2 millones de lectores diarios y su versión digital, elmundo.es, es también la web de información general en español más visitado del mundo con más de 1,9 millones de visitantes distintos al día.

En primer lugar, el formato en papel tiene 68 páginas y una sección intermedia compuesta por 20 páginas denominada *La otra crónica*.

Se encuentran distribuidas en las siguientes secciones

- Portada (página 1)
 - Opinión (páginas 2-3)
 - España (páginas 4-19)
 - Otras voces (páginas 20-23)
 - Andalucía (páginas 24-30)
 - Mundo (páginas 32-40)
 - Motor (página 42)
 - Economía (páginas 44-49): *Bolsa (página 50)*
 - Deportes (páginas 51-56)
 - EM2 (páginas 57-67), a su vez compuesta por:
 - EM2/Cultura
 - EM2/Ciencia
 - Servicios
 - EM2/Comunicación
 - Televisión
 - Doce más una (contraportada)
- ✓ La otra crónica (sección intermedia compuesta por 20 páginas) a su vez se compone de las siguientes secciones:
- Primer plano

- Del reino al principado
- Triste adiós
- Ellas sí cotizan
- Familia dividida
- El terror de las subastas
- Libro de los recuerdos
- Psicólogo para adicciones
- Diversión en Diverxo
- Sucedió en la cocina
- Fiestas
- La ventana
- La última

(Esta estructura corresponde a la edición de sábado 23 de noviembre)
La estructura general de este periódico está compuesto por:

1. Portada: en ella encontramos las principales noticias y un resumen de lo que luego se desarrollara con más profundidad.
2. Opinión: esta sección se pone de las primeras con la intención de mostrar quién informará más tarde.
3. Internacional: que a su vez se subdivide en mundo y Europa.
4. Política Nacional
5. Sociedad
6. Deportes
7. Cultura
8. Local
9. Televisión
10. Economía

En el siguiente enlace se verá más detallada esta información:

http://blog.educastur.es/prensacam/files/2007/12/estructura_de-el-mundo.pdf

Como he podido observar en el periódico hay, muchas páginas con pequeños artículos publicitarios, como se puede observar en la portada: Publicitando al vino PROTOS.

Pero me ha llamado la atención que casi todas las secciones antes comentadas, están separadas por un anuncio el cual ocupa una página completa, por ejemplo Rolex, Givenchy, Hyundai, Nautalia Viajes, publicidad de EL MUNDO, y destaca por encima de todos El Corte Inglés, el cual tiene importante presencia en el periódico.

Por otro lado, el formato digital ofrece la mayoría de las noticias que se encuentran en el formato de papel, aunque no todas, el digital ofrece más servicios, pero la versión de papel hay más artículos, las noticias son más extensas y hay más publicidad.

En el formato digital las noticias son más actualizadas, que es una de las ventajas que presentan las versiones digitales, que a medida que van ocurriendo distintos sucesos en las web se puede ver casi a tiempo real.

Las distintas secciones que se encuentran en el formato digital son las siguientes:

España, Opinión, Internacional, Economía, Deportes, cultura, Metrópoli, Ciencia, Navegante, Televisión, Viajes, tendencias, Salud, Motor, Náutica, Crónica, L/O/C, Yodona, El Mundo TV, Madrid, Andalucía, Baleares, C. Valenciana, Cataluña, País Vasco y Servicios.

Las principales diferencias entre el formato en papel y el digital es que en el digital la información esta menos extensa mientras que en el formato papel esta mucho más extensa, también que en el formato digital las noticias principales aparecen con un vídeo en lugar de simplemente una imagen como en el resto y esto hace que los usuarios interactúen y dinamicen mas con el formato digital dedicado a un tipo de usuarios quizás más jóvenes y adaptados a las nuevas tecnologías.

- **Como periódico en formato papel he elegido “LA RAZÓN”**

Este periódico tiene un total de 88 páginas, cuenta con varias secciones como España, Andalucía, opinión, Internacional, gastronomía, sociedad, economía...

En primer lugar encontramos la portada, anteriormente adjunta con una imagen (viernes 22 de noviembre). La sección de opinión está compuesta por 2 páginas, la sección de punto de mira está compuesta por 5 páginas, la de España por 10 páginas, la de Tribuna por 1 página, la Internacional por 5 páginas, la de Economía por 14 páginas, la de Sociedad por 6 páginas, Cultura por 12 páginas, Gastronomía por 2 páginas, al tiempo y a los pasatiempos corresponden 2 páginas, a los deportes 4 páginas y por último a tv y comunicación 3 páginas. El resto de páginas (aproximadamente unas 22 páginas) corresponden a publicidad.

Con respecto a la publicidad del periódico cabe decir que es bastante, correspondiendo aproximadamente del total un porcentaje del 25%. Este porcentaje es bastante algo si tenemos en cuenta el número de páginas que tiene el periódico. La publicidad del formato digital y del formato papel no coincide, esto se puede deber a que la mayoría de las veces la publicidad que aparece en Internet va personalizada a lo que buscas frecuentemente en la red y por tanto te aparece otro tipo de publicidad más especializada. La publicidad que sale en el periódico en papel es una publicidad que puede salir o anunciarse en otros medios como televisión o radio, de hecho yo los he visto en esos medios. De hecho es tanta la publicidad en el formato papel ya que este tipo de periódico se sustenta de los ingresos de esta publicidad.

Ejercicio 5

Busque las tarifas publicitarias de un periódico o revista en sus formatos papel o digital. ¿Conocía ya el precio de un “banner” en la principal de un periódico o de una página en su formato papel? (Su respuesta puede ser muy breve: 5 a 10 líneas de texto)

El banner como formato publicitario en Internet para atraer a multitud de internautas debe oscilar por encima de los 300 o 500 euros, aunque exactamente no conozco bien la cifra.

Por lo que he podido buscar e informarme no me llegaba a figurar que la publicidad de un banner en prensa llegase a ser tan barata, como se muestra en las imágenes que posteriormente se adjuntan.

El precio que llega a costar un banner en un periódico en formato papel no sabría decir cuánto puede costar, pero a continuación adjunto varias imágenes con distintas tarifas en distintos formatos.

formato	EL PAIS.com	SER.com
Banner 468x60	40 €	35 €
Banner desplegable 468x240	55 €	45 €
Pastilla / Botón	30 €	25 €
Enlaces de texto	25 €	21 €
Skyscraper 160x600	55 €	45 €
Pop up / under	55 €	45 €
Interstitial portada	90 €	74 €
Interstitial portada sección	80 €	66 €
MegaBanner	60 €	49 €
MegaBanner desplegable 750x300	80 €	66 €
Caja 300x250	55 €	45 €
Skyscraper volador	65 €	54 €
Rich media	90 €	74 €

formato	CincoDías.com
Banner 468x60	36 € 40 €
Banner desplegable 468x240	49 € 55 €
Pastilla / Botón	27 € 30 €
Enlaces de texto	22 € 25 €
Skyscraper 160x600	49 € 55 €
Pop up / under	49 € 55 €
Interstitial portada	81 € 90 €
Interstitial portada sección	72 € 80 €
MegaBanner	54 € 60 €
MegaBanner desplegable 750x300	72 € 80 €
Caja 300x250	49 € 55 €
Skyscraper volador	58 € 65 €
Rich media	81 € 90 €
Ventana Flash los 40	54 € -

formato	as.com	plus.es
Banner 468x60	33 €	33 €
Banner desplegable 468x240	45 €	45 €
Pastilla / Botón	25 €	25 €
Enlaces de texto	21 €	21 €
Skyscraper 160x600	45 €	45 €
Pop up / under	45 €	-
Interstitial portada	74 €	74 €
Interstitial portada sección	66 €	-
MegaBanner	49 €	49 €
MegaBanner desplegable 750x300	66 €	66 €
Caja 300x250	45 €	45 €
Skyscraper volador	54 €	54 €
Rich media	74 €	74 €
Publicidad en foto As.com	49 €	-

formato	cuatro*	REPSOL YPF
Banner 468x60	33 €	40 €
Banner desplegable 468x240	45 €	55 €
Pastilla / Botón	25 €	30 €
Enlaces de texto	21 €	25 €
Skyscraper 160x600	45 €	55 €
Pop up / under	-	55 €
Interstitial portada	74 €	90 €
Interstitial portada sección	-	80 €
MegaBanner	49 €	60 €
MegaBanner desplegable 750x300	66 €	80 €
Caja 300x250	45 €	55 €
Skyscraper volador	54 €	65 €
Rich media	74 €	90 €

EL MUNDO TARIFAS INTERNET 2008					
Formato	Medida	Secciones €/CPH	Portada €/CPH	Rotación General €/CPH	Peso Máximo(Kb)
Formatos convencionales					
Botón	90x90	8,00	-	-	15
	125x60	8,00	-	-	15
	140x90	9,00	-	-	15
	234x90	12,00	-	8,00	20
Megabanner	728x90	34,00	36,00	31,00	50
	728x180	51,00	54,00	47,00	50
	980x90	42,00	45,00	39,00	50
Cinta	640x30	13,00	-	11,00	15
Rascacielos	140x400	24,00	-	-	30
Robapágina	194x194	20,00	-	-	30
	300x300	38,00	42,00	35,00	50
	300x600	53,00	-	50,00	50
Deslizable	240x500	48,00	-	-	40
Cortinilla	800x600	61,00	-	58,00	30
Cortinilla+Robapágina	800x600+300x300	85,00	-	81,00	30+50
	800x600+300x600	99,00	-	-	30+50
Cortinilla+Megabanner	800x600+728x90	80,00	-	74,00	30+50
	800x600+728x180	98,00	-	90,00	30+50
Cortinilla + Recuerdo	800x600+290x40	68,00	-	62,00	30+20

	Megabanner	Robapaginas
As.com	49 €	45 €
plus.es	49 €	45 €
cuatro.com	49 €	45 €
repsolypf.com	60 €	55 €
elpais.com	60 €	55 €
cadeneraser.com	49 €	45 €
los40.com	54 €	49 €
cincodias.com	60 €	55 €
elmundo.es	36 €	42 €
adn.es	34 €	36 €
20minutos.es	42 €	49 €

Ejercicio 6

Visite la Sala de Prensa de BBVA, localícela con un buscador de internet. Localice la noticia "BBVA, entidad patrocinadora del Xacobeo2010". Describa la noticia: - A qué criterios de noticiabilidad responde. - En qué lugar están presentes las W. - Describa las partes de la noticia. (Responda brevemente a las cuestiones, en torno a 40 líneas de texto)

http://prensa.bbva.com/view_object.html?obj=9882,22,101,c,49494

The screenshot shows the BBVA Sala de prensa website. The header includes the BBVA logo and the text "Sala de prensa". Below the header, there is a navigation bar with links to "Actualidad", "Información Corporativa", "Resp. Corporativa", "Información financiera BBVA", "Multimedia", "Otros servicios", and "Situación". The main content area displays a press release dated 22-03-2010 titled "'BBVA, co camiño de Santiago'". The headline reads "BBVA, entidad patrocinadora del Xacobeo 2010". The main image shows the BBVA logo and the text "co camiño de Santiago con el camino de Santiago" alongside a silhouette of a pilgrim. To the right, there is a section titled "Adjuntos" containing a PDF document titled "Presentación BBVA patrocina Xacobeo 2010". Below this, there is a section titled "Notas relacionadas" with a link to "BBVA en Galicia: perspectiva".

Como se ha dicho anteriormente en una noticia se expone primero lo de mayor relevancia para captar antes y mejor la atención para después ir desgranándolo todo y explicarlo mejor, a esto es lo que se refiere noticiabilidad; aunque también nos referimos a la propia noticia de hechos de cierta calidad y con ciertas cualidades. Pero para que la noticia sea de calidad la documentación es imprescindible acudiendo a fuentes tanto directas como indirectas para que así el lenguaje y la forma sean las correctas.

Esta noticia narra así a grandes rasgos como y de qué manera el banco BBVA con un acuerdo con la Xunta de Galicia se ha convertido en patrocinadores de Xacobeo 2010, así como el impacto sobre la economía gallega, las iniciativas de apoyo a todos los participantes a través de seguros BBVA, la definición de otras actividades informativas,

comerciales o de ocio que se irán incluyendo en el Xacobeo, y así como el compromiso que va a asumir BBVA al potenciar la presencia del Xacobeo en todas sus acciones de comunicación institucional tanto interna como externa.

Esta noticia al igual que la mayoría tiene unas partes bien definidas como: un título: “BBVA, entidad patrocinadora del Xacobeo 2010”, un sumario donde se resume en mayor o menor medida la noticia, un párrafo de entrada, el cuerpo de la noticia donde se expone todo lo más importante y la esencia de la noticia y una conclusión, que en este caso en concreto no se aprecia.

En la noticia podemos identificar claramente la 5 W que se comentaban en la teoría: when (cuando), where (donde), how (como), who (quien) y why (porqué).

Yo pienso que al principio de esta noticia podemos encontrar el where y el why donde se explica el sitio y lo que conlleva para Galicia este patrocinio, más adelante podemos encontrar el when en el que se dice cuando se llevará a cabo y también el who que indica quien llevara a cabo esto y por último el how en el que se detalla cómo se lleva a cabo, las medidas, lo que esto supone...

Como hemos visto las 5 W no siguen un orden rigurosos si no que van apareciendo en la noticia dependiendo de la importancia que el periodista le dé a los hechos.

Ejercicio 7

A veces, un ejercicio puede ser bello, útil e inquietante, por poner sólo algunos calificativos. Vea el vídeo <http://www.youtube.com/watch?v=dBcS8aSPTFA>, ¿ciencia de ficción o predicción de un futuro real? Reflexione brevemente sobre esta cuestión y responda a la misma. (Su respuesta irá desde las 20 a las 30 líneas)





Más bien podemos decir que se trata de una predicción de un futuro real. Hemos podido ir observando en este vídeo como hemos ido evolucionando con respecto a internet, redes sociales, periódicos...aunque también hemos visto algunas predicciones o sugerencias que se hacen sobre el futuro, unos años hacia delante de la actualidad. Pienso que lo mostrado en el vídeo solo quiere reflejar un futuro muy real al que llegaremos, el cual se ha descrito tan y como se vivió, se está viviendo y se vivirá.

Hemos observado como a lo largo del tiempo ha evolucionado el mundo de la comunicación y la información: al principio no había Internet solo vía escrita por carta, luego la tecnología fue avanzando sacando medios como el fax, Internet... pero también hemos visto como compañías se pelean y compiten por tener esa tecnología mejor que las demás, así poco a poco compitiendo hasta ver cual se hacía triunfadora.

Con este modo de actuar lo que conseguiremos será, como bien muestra el texto, que desaparezcan la comunicación a través del medio en papel, porque solo se le da importancia en la actualidad a sobresalir por encima de los demás, al avance de la tecnología o a técnicas de comunicación e información cada vez más modernas. Es una pena que desaparezca el formato en papel pasando a tener solamente el formato digital, pues el papel ha pasado muchos años con nosotros y todavía puede pasar muchos más si le prestamos más atención y nos esmeramos en hacer que avance sin que desaparezca.

Muchas personas todavía usan este medio porque no saben usar otro y si se lo quitamos habrá mucha población que deje de usar la información y la comunicación tal y como la conocemos en la actualidad.