

Tekstboekje

centraal schriftelijk examen

Spaans

vwo

2026
tijdvak 1

Carta a la Directora

¿Debemos prohibir el uso de dispositivos electrónicos en las aulas? La experiencia de otros países sugiere que es una medida que vale la pena considerar. Necesitamos una legislación que lo regule y una educación sólida sobre el impacto de la tecnología y la importancia de un uso responsable para padres y menores. Además del acceso a contenido inapropiado, las tecnologías también están afectando a la capacidad de los jóvenes para relacionarse cara a cara, lo que plantea preguntas sobre cómo lo harán en el futuro. Es vital que las plataformas digitales implementen y refuercen las normas que establecen para proteger a los menores. La seguridad de los menores debe ser una prioridad en el mundo digital. La educación en temas de sexualidad y tecnología es una asignatura pendiente, y los padres deben estar informados sobre el contenido en línea y sobre cómo guiar a sus hijos en su uso responsable. Es nuestra responsabilidad como sociedad abordar estos desafíos y proteger a nuestros jóvenes en el mundo digital del siglo XXI.

Andrea Castaño Cabrera. Mollet del Vallès (Barcelona)

<https://elpais.com>, 28 oktober 2023

El arte del bordado mexicano

El arte del bordado mexicano ha encontrado un nuevo escenario para brillar: la prestigiosa casa de moda Christian Dior¹⁾. En un mundo donde la globalización y la producción en masa son dominantes, la marca ha optado por colaborar con las manos expertas de artesanos mexicanos para crear piezas únicas y llenas de tradición.



(1) La colaboración entre la casa de moda Christian Dior y los bordadores mexicanos ha resultado en una fusión de culturas y técnicas que da como resultado prendas excepcionales. El bordado mexicano, conocido por su intrincado trabajo a mano, ha sido reinventado por los diseñadores de la marca Dior, utilizando sus propios patrones y diseños para darle un toque contemporáneo.

(2) La elección de México como destino para esta colaboración no es casualidad. El país es famoso por su rica tradición en el arte del bordado, con regiones como Oaxaca y Chiapas consideradas verdaderos tesoros en cuanto a habilidades y conocimientos. Estos artesanos han heredado técnicas ancestrales de generación en generación, lo que les permite crear piezas únicas y de alta calidad. La utilización de estos bordados mexicanos en las colecciones de Christian Dior resalta la importancia de preservar y valorar la artesanía tradicional. En un mundo donde la moda se ha vuelto desechable, esta colaboración es un recordatorio de la belleza y del valor de lo hecho a mano.

(3) La inclusión de los bordados mexicanos en las prendas de Christian Dior también ha tenido un impacto positivo en la economía local. Los artesanos han tenido la oportunidad de mostrar su talento en un escenario internacional y han recibido reconocimiento y remuneración por su arduo trabajo. Esto no solo les brinda un medio de sustento²⁾, sino que también ayuda a mantener viva su tradición y a fortalecer su comunidad. Esta colaboración entre Christian Dior y los bordadores mexicanos es un ejemplo de cómo la moda puede ser una plataforma para la diversidad cultural y el reconocimiento de los talentos locales. Al unir fuerzas, la casa de moda y los artesanos demuestran que es posible crear piezas únicas, respetando la tradición y el legado de cada cultura.

<https://columnadigital.com>, 5 november 2023

noot 1 Christian Dior: beroemde, invloedrijke Franse modeontwerper (1905-1957)

noot 2 el sustento = het levensonderhoud

Entrevista a Espido Freire



Espido Freire es una de las escritoras y personajes públicos más valorados del panorama español. Ha ganado premios literarios como el Planeta, el Ateneo de Sevilla y el Azorín. Es también autora teatral. Aparece a menudo en los listados de las 100 personas más influyentes de España. Mundoarti habla con ella.

Cuéntanos un poco sobre ti.

Mi nombre es Espido Freire. Nací en Bilbao en 1974 y crecí en la provincia de Álava, en una familia de origen gallego. En 1998 debuté como escritora con *Irlanda*. La novela supuso una sorpresa en el entorno literario de aquel momento. He publicado, entre otras novelas, *Soria Moria* y *Llamadme Alejandra*. Con *De la melancolía* sumo en total nueve novelas publicadas.

1

Hasta la fecha, los he cultivado todos. Mi preferido es el relato, pero he escrito novela, cuento, novela infantil y juvenil, libro ilustrado, teatro, guion, diversas creaciones para audio, audiovisual, publicidad, libros pedagógicos, artículos para periódicos y revistas, conferencias y ponencias, contenido para redes...

2

Espero que aún esté por llegar. Aunque llevo ya 25 años como autora profesional, aún soy joven y creo en retos futuros, en particular los que nos traerán la inteligencia artificial y la realidad inmersiva.

3

La verdad es que lo hago como una actividad aparte, como una manera de compartir determinados destinos literarios con los lectores, pero no tiene gran cosa que ver con la inspiración en la que no creo demasiado. Pero desde luego, cada viaje conlleva conocimiento y una nueva mirada al mundo.

Empecé tan joven que, salvo una breve carrera musical, siempre he sido autora. De hecho, todo lo que hago, aunque a algunas personas que tienen una idea muy rígida de qué es un autor convencional les cueste entenderlo, tiene como eje la palabra, las historias y el arte. Tengo esa suerte y ese privilegio.

Valoro sobre todo la libertad y el contacto con los lectores, oyentes, espectadores o curiosos. A quienes nos leen les diría que no dejaran de hacerlo ni de descubrir nuevos textos, nuevas voces. Que somos una resistencia invisible, los lectores, y que sin libros el mundo tiene menos sentido.

<https://espidofreire.com>, datum onbekend / www.mundoarti.com, 6 maart 2024

El *tardeo*

(1) Hay cosas que se integran en nuestra rutina tan naturalmente que ni nos detenemos a pensar de dónde vienen. Una de ellas es el *tardeo*. Este fenómeno tiene un lugar y una fecha de nacimiento muy concretos: las calles Tejares y Concepción en Albacete. El *tardeo*, según Vicente Pizcueta, portavoz de España de Noche¹, “es simple y llanamente, salir por la tarde”. “Alargar la comida con una tertulia y música de fondo ha pasado toda la vida. La novedad es que ahora la fiesta, en lugar de empezar a las once de la noche, comienza a las cinco de la tarde”, añade.



(2) En 1994, cinco amigos abrieron El Cuco, inicialmente concebido como un *pub*. Uno de ellos era Alfonso Gómez. Él y un amigo solían hacer escapadas a Granada y otras ciudades andaluzas, hasta que un día a uno de ellos se le ocurrió llevar a Albacete la tradición de la caña con tapa, típica de Andalucía. La curiosa combinación de mojito con una tapa de tortilla fue la semilla de lo que más tarde se convertiría en el *tardeo*. “Los *pubs* ya podían abrir por las tardes, pero lo que realmente marcó la diferencia fue la posibilidad de prácticamente comer en un *pub*. Lo que solía pasar en los bares, ahora ocurría en un *pub*, con un *disc-jockey*”, resume el hostelero.

(3) Gómez asegura que, muchas veces, las mejores ideas surgen por casualidad. El Cuco funcionaba bien, y la fórmula de la copa más la tapa estaba teniendo cierto éxito, pero aún faltaba un ingrediente para completar su receta perfecta. Abrían a las doce del mediodía, cerraban a las cuatro, y volvían a abrir a las ocho. En uno de los primeros aniversarios del local, sirvieron paella para todos los clientes, sin cerrar desde las 12 del mediodía hasta la noche. “Durante toda esa franja de tiempo, la gente no se movía del local. Terminaban de comer y, sin pausa, en el mismo lugar, comenzaban a bailar. Ahí nos dimos cuenta de que era una fórmula de éxito”.

(4) En Albacete la gastronomía jugó un papel esencial en la popularización del *tardeo*. Según Gómez, esta combinación de buena comida y ambiente fue lo que logró enganchar al público, haciendo que nadie tuviera prisa por irse. “Después de comer, se toman sus copas y, a eso de las siete u ocho de la tarde, volvemos a ofrecer la caña y la tapa, lo que llamamos la retapa. El objetivo siempre fue que los clientes pudieran pasar todo el día en el local sin 9 marcharse”.

noot 1 España de Noche: een organisatie die zich inzet voor de belangen van bedrijven die werkzaam zijn in het nachtleven

(5) Durante los primeros diez o quince años, este fenómeno se expandió de boca en boca hacia las zonas más cercanas a Albacete. Primero pasó a Murcia, y desde ahí a Alicante, donde el fenómeno creció al ser una ciudad más turística, pero tuvieron que pasar unos diez años, hasta las navidades de 2019, para que el *tardeo* llegara a Valencia. “Poco después, el *tardeo* se convirtió en una palabra conocida por todos, apareciendo incluso en anuncios de televisión. Ahora mismo, está presente en toda España”, afirma Vicente Pizcueta. Según él, un millón de personas practica el *tardeo* cada fin de semana, una cifra que se ha duplicado en los últimos tres años. Además, el 20 % de los locales de ocio abren durante las tardes todos los fines de semana.

(6) Pizcueta señala dos factores clave para entender 11 del *tardeo*. En primer lugar, destaca la importancia de la curva demográfica: “La generación de *boomers* es mucho más numerosa que la de los jóvenes, por lo que es lógico que la oferta se dirija principalmente a ellos”. En segundo lugar, menciona el factor turístico: “Aunque no sea cierto que en toda Europa la fiesta termine a las tres de la mañana, eso no impide que los turistas aprovechen la oportunidad de disfrutar de la fiesta española desde las seis de la tarde, ya que en muchos casos es uno de los principales motivos de su visita”.

(7) Pizcueta asegura que el *tardeo* es ideal para “una generación de cuarentones cuya vida nocturna estaba en franca decadencia”, ya que les resultaba difícil esperar hasta las dos de la madrugada para que “pasara algo”. “Con el *tardeo*, pueden volver a disfrutar de la vida nocturna, aunque sea en horas más tempranas”, afirma. También destaca que lo más interesante del fenómeno es que los jóvenes siguen saliendo de noche, lo que significa que no se ha sustituido un horario por otro, sino que se ha ampliado la franja horaria para atraer a más públicos.

(8) Para Alfonso Gómez, el *tardeo* representa “una manera diferente de disfrutar, que permite conciliar ocio y familia”. Explica que “los domingos te levantas fresco, porque a las once de la noche del sábado ya estás en casa”. Esto permite pasar tiempo con la familia, hacer planes, como “ir al pueblo de al lado a comer”. A cierta edad, dice, “los cuerpos ya no están para aguantar hasta las seis de la mañana, y se prefiere un ocio más sanote”.

Daniel Soufi, <https://elpais.com>, 26 september 2024

SolarMente

No solo el sol y la sangría atraen a los extranjeros a España, también lo hacen sus empresas. Una de las personas más famosas del mundo que ha puesto el ojo en el empresariado español es Leonardo DiCaprio. El actor de Hollywood ya eligió nuestro país para que su compañía Diamond Foundry, uno de los mayores productores de diamantes cultivados en laboratorio, implantara en Trujillo (Extremadura) su primera planta de producción en Europa. Y ahora DiCaprio vuelve a ser noticia al trascender que se ha convertido en uno de los accionistas de la *startup* catalana SolarMente.



(1) No es sorprendente. DiCaprio, además de copar titulares con sus relaciones con mujeres bastante más jóvenes, también da que hablar por su activismo contra el cambio climático, y es por eso que ha elegido esta compañía para ser socio capitalista.

SolarMente, con sede en Barcelona, está especializada en soluciones de energía solar. **16**, se dedica a la instalación de paneles solares y sistemas fotovoltaicos¹⁾ para clientes residenciales, comerciales e industriales, pero con el objetivo de que el gasto que hace falta para conseguir este servicio no sea una barrera para las familias.

(2) Entre otros objetivos, la empresa busca fomentar el uso de energías renovables y sostenibles, contribuyendo así a la reducción de la huella de carbono y al fomento de un futuro energético más limpio. SolarMente ofrece servicios que abarcan desde el diseño y la planificación hasta la instalación y el mantenimiento de los sistemas solares. Además, promueve la concienciación sobre los beneficios económicos y ambientales de la energía solar, apoyando la transición energética hacia fuentes más verdes, uno de los aspectos que más pueden convencer a DiCaprio para apostar por ella.

noot 1 el sistema fotovoltaico: het systeem van zonnecellen dat stralingsenergie (zonlicht) omzet in elektrische energie

15 **(3)** Y el actor está contento. “Me enorgullece ver a SolarMente participando de manera activa en el desarrollo de un futuro energético sostenible”, ha transmitido a través de un comunicado de la *startup* española. “SolarMente facilita la accesibilidad a la energía solar, convirtiendo mi apoyo como inversor en una elección responsable y estratégica hacia un futuro más limpio”, ha continuado. Los fundadores de esta compañía son el
20 holandés Wouter Draijer y el canadiense Victor Gardinier, y ambos son conscientes de la repercusión que puede tener para su empresa el apoyo de una persona de tanta popularidad como DiCaprio para impulsar su propuesta de energía solar bajo suscripción en España y para, en un futuro, poder dar el salto a Latinoamérica.

(4) La suscripción solar que defiende la empresa es una nueva modalidad que te permite
25 instalar placas solares en tu hogar sin tener que hacer una inversión inicial. Lo que pretenden conseguir con esta estrategia es que la energía limpia y verde sea accesible para todos sin la necesidad de hacer una inversión importante desde el inicio.
“Ofrecemos un pago fijo mensual que permite alquilar tu sistema fotovoltaico. Esta cuota mensual varía en función de la dimensión de la instalación de tus placas solares, si
30 quieres añadir una batería o un cargador para tu coche eléctrico”, apuntan desde la empresa.

Noelia Tabanera, www.infobae.com, 3 maart 2024

Lucía Casal, ‘agroinfluencer’



En el instituto algunos compañeros no tomaban en serio a Lucía Casal por vivir en una explotación ganadera. Esto le dio fuerzas para compartir que el mundo rural no solo no es algo criticable, sino que es algo que poner en valor. Volcarse en sus redes sociales fue una forma de seguir adelante y reivindicar que no hay nada malo en que cada uno elija un estilo de vida diferente.

- (1) En internet Lucía solo veía a gente compartiendo planes idílicos y quiso revelarse. “Quería mostrar también el abandono del campo”, explica la joven, que encontró en sus seguidores a una pequeña familia que le apoyaba y ha acabado convirtiéndose en ‘agroinfluencer’ con en torno a 18 000 seguidores en cada una de sus cuentas de
- 5 Instagram y Tiktok.
- (2) Aunque en un primer momento le sorprendió el interés que la gente mostraba por sus tareas habituales, pronto fue consciente de que tenía un altavoz con el que 22 falsos mitos sobre el campo y poner sobre la mesa problemas y dificultades a las que se enfrentan los jóvenes del sector primario.
- 10 (3) “Hay mucha desinformación y quizá el problema es que la gente tampoco lo quiere ver todo”, argumenta Lucía, que detalla que, en muchas ocasiones, la gente tiene una visión idealizada de la vida rural y no quiere ser consciente de la parte más dura del trabajo. Inyectarle un antibiótico a un animal o practicarle una cesárea no es lo más vistoso, pero también es necesario. “A veces se ven imágenes duras, pero esa es la parte
- 15 bonita, ayudar a un animal que no sobreviviría por sí mismo”, defiende.

(4) La falta de información y de visibilidad de la juventud en el campo es una de sus mayores reivindicaciones. La ganadera sostiene que son las nuevas generaciones las que están cambiando las cosas y las que están luchando para que la profesión deje de ser tan esclava y pueda ser más cómoda: “Los jóvenes tenemos más conocimientos y estamos
20 más abiertos a otras posibilidades, como robots o implementar horarios que nos hagan más fácil el trabajo”. Para poder renovar el mundo rural considera fundamental que se informe a los adolescentes en el instituto. Desde charlas informativas sobre la realidad del ámbito agropecuario hasta las numerosas salidas que tiene, de forma que se muestre como una alternativa atractiva de futuro.

25 (5) En su caso expone que se ha tenido que enfrentar a una doble dificultad, no solo a que no le tomen en serio en el mundo rural por ser joven, sino también por ser mujer. Asegura que la clave es tener mucha seguridad en una misma y valentía, no dejarse intimidar por los comentarios que recibe y demostrar con actos que están equivocados: “Me han llegado a decir que ojalá fuera un chaval. ¿Por qué? ¿Qué no puedo hacer por ser
30 una chica?”.

(6) Pese a todo, se muestra orgullosa de que la ganadería y la agricultura estén cambiando. “Me atrevo a decir que el 50 % de las ganaderías están a nombre de mujeres”, afirma contundente cuando antes, detalla, “los propietarios solían ser los hombres, aunque fueran ellas quienes las trabajaran”. Asimismo, esto se ve reflejado en el mundo
35 de la publicidad destinada al sector primario, como la relativa a tractores y aperos¹⁾. Ahora, muchas veces, son las mujeres las encargadas de promocionar productos tradicionalmente asociados a un sector más masculino.

(7) Su esfuerzo de divulgación del mundo rural le ha valido el Premio Nacional de Juventud en 2023 en la categoría “medioambiente”. Este reconocimiento hace que se
40 sienta especialmente orgullosa, ya que en el momento de enviar la solicitud se encontraba de Erasmus en una ganadería de Irlanda y se enfrentó a muchas dificultades, pero la insistencia de quienes creían en ella le ayudó a dar el paso. “Representé a la mujer en el sector medioambiente de España y estoy muy contenta de poder darle voz”, comenta sonriente, subrayando que lo mejor fueron todas las oportunidades que
45 surgieron tras recibir el premio y que le han dado la posibilidad de que la gente escuchara y se informara sobre la vida rural.

www.20minutos.es, 27 september 2024

noot 1 los aperos = de landbouwgereedschappen, de landbouwwerktuigen

Miles de canciones



(1) En otoño de 2023, los miembros de la banda española Maddening Flames descubrieron que tenían un doble digital, que había replicado las canciones de su primer disco (*Wanderlust*) con alguna mínima distorsión en el sonido. El doble había firmado los temas con el nombre Ellis Whitehead, había cambiado mínimamente sus títulos, por ejemplo, *Queen Olive* aparecía como *Queen*, y las había publicado en Spotify, Apple Music y YouTube Music y otras plataformas de escucha. No había empresa editora que se responsabilizara de ese disco fantasma ni manera de rastrear a ningún músico llamado Ellis Whitehead en internet. Cuando supieron casualmente del caso, los músicos de Maddening Flames descubrieron también que ese Ellis Whitehead tenía más escuchas mensuales que su *Wanderlust* original. ¿De dónde había salido aquel disco? ¿Quién lo estaba escuchando? ¿Cuál era el beneficio de esa estafa, si se considera que los ingresos que había recibido la banda de Spotify eran mínimos?

(2) La respuesta viene, casi un año después, en una noticia llegada desde Nueva York: Michael Smith, un músico de Carolina del Norte, fue arrestado y acusado por usar inteligencia artificial para crear cientos de miles de canciones y publicarlas en plataformas de reproducción como Spotify y Apple Music. Smith también se valió de la inteligencia artificial para generar miles de falsas cuentas de usuarios de esas plataformas cuyo único fin era escuchar las canciones de su creador. Las dos piezas de su estafa se acoplaron y generaron 661 000 escuchas al día y crearon ingresos de 12 millones de dólares desde 2019, según escribió el músico en un correo empleado por la Fiscalía para incriminarlo. Y todo ese dinero, recaudado céntimo a céntimo.

(3) Smith tiene 52 años, es músico además de estafador y vive en la ciudad de Cornelius, cerca de Charlotte. Según la Fiscalía federal estadounidense diseñó su estrategia en 2017 y la mantuvo hasta 2024. Se enfrenta a cargos penales que pueden llevarlo a una condena a prisión de hasta 60 años. El fiscal Damian Williams dijo que los músicos a los que Smith haya plagiado tienen derecho a reclamarle una parte de sus derechos de autoría. Sin embargo, las principales estafadas son las plataformas de reproducción, que han tenido que pagar por un tráfico irreal.

(4) “No sabemos si esta persona es la responsable de lo que ocurrió con nuestro disco porque tampoco sabemos cuánta gente actúa así. No sabemos si hay un millón de casos así o si solo hay algunos porque es imposible rastrearlos. La conclusión es que estamos a su merced”, explica José María Millán, el baterista del grupo Maddening Flames. “Nosotros tuvimos que dirigirnos a todas las plataformas de escucha, explicarles la situación y demostrarles que las canciones eran nuestras. En ese punto, el proceso fue rápido. Las canciones de Ellis Whitehead desaparecieron rápido incluso de plataformas a las que no nos habíamos dirigido todavía. Alguien debió de darse cuenta de que lo habían 33”.

(5) ¿Pedirán indemnizaciones? Para Maddening Flames no hay grandes alicientes¹⁾. “Lo que no entendemos es que el single que sacamos este año tiene dos mil y pico escuchas en Spotify. ¿Y sabe qué ingresos generó? 86 céntimos. ¿Nos han estafado por 86 céntimos?”, se preguntaba Millán cuando se supo del plagio. Y la respuesta es que sí: la estrategia de estafadores como Michael Smith consistía en sacar 86 céntimos de cientos de miles de canciones para no llamar la atención y sumar una fortuna considerable por debajo del radar.

Luis Alemany, www.elmundo.es, 18 september 2024

noot 1 no hay grandes alicientes = het levert weinig voordeel op

Una innovadora iniciativa



(1) El Ayuntamiento de Bilbao ha lanzado una innovadora iniciativa para abordar dos problemas que afectan a sus barrios más antiguos: la soledad de las personas mayores y la dificultad de los jóvenes para encontrar un hogar asequible. A través del programa titulado Etxea Gaztetu, liderado por SURBISA¹⁾ y con la colaboración de la empresa social Kuvu, se busca fomentar la convivencia intergeneracional en Bilbao, en los barrios La Vieja, San Francisco y Zabala, tres de las zonas más envejecidas de la ciudad.

(2) El proyecto ofrece una solución para aquellos mayores de 60 años que viven solos y que, además, requieren mejoras en sus viviendas. Con la ayuda de SURBISA, podrán acceder a subvenciones que cubren hasta el 35 % de los gastos de rehabilitación de sus hogares, con un máximo de 9000 euros. **36** estos propietarios deberán estar dispuestos a compartir su hogar con jóvenes menores de 35 años, quienes pagarán un alquiler reducido de 350 euros al mes. El concejal de Regeneración Urbana, Jon Bilbao, destacó que este proyecto no solo pretende aliviar la soledad que afecta al 24 % de los mayores de 65 años en la ciudad, sino también revitalizar los barrios más envejecidos de Bilbao.

15 “Con este programa piloto vamos a explorar fórmulas para favorecer una convivencia intergeneracional que beneficie a las dos partes y que permita a las personas mayores seguir en su vivienda durante más tiempo”, explicó Bilbao, como recoge la página web del ayuntamiento.

(3) El programa Etxea Gaztetu, que tendrá una duración inicial de 12 meses y podría ser prorrogable si ambas partes están satisfechas, incluye un proceso de selección de inquilinos. La empresa social Kuvu se encargará de identificar a los jóvenes más adecuados para convivir con personas mayores, atendiendo a las expectativas y necesidades de cada uno. Además, la empresa llevará un seguimiento continuo de la convivencia para asegurar su buen desarrollo.

noot 1 SURBISA: Sociedad Urbanística de Rehabilitación de Bilbao: gemeentelijke onderneming die de renovatie van gebouwen, woningen en panden in Bilbao stimuleert

- 25 **(4)** Este proyecto bilbaíno sigue los pasos de un programa piloto similar que se llevó a cabo en Málaga en 2023, en colaboración con la Universidad de Málaga. Allí, el modelo de convivencia intergeneracional logró excelentes resultados al facilitar la integración de estudiantes y jóvenes profesionales en hogares de personas mayores que vivían solas, generando un ambiente de apoyo mutuo.
- 30 **(5)** Por ahora, el programa Etxea Gaztetu se encuentra en su fase inicial de captación. Según la directora de SURBISA, Marta Ibarbia, se han enviado unas 200 cartas a residentes mayores de Bilbao La Vieja que podrían beneficiarse del programa. “La gente está contestando. Algunas personas, unas siete, ya nos han dicho que no les interesa”, comentó Ibarbia. Para la primera edición se espera que entre 10 y 12 viviendas participen,
- 35 con la esperanza de que este número crezca en los próximos años. Este programa pionero promete ser una herramienta clave para revitalizar el tejido social²⁾ de los barrios más antiguos de Bilbao, ofreciendo soluciones innovadoras y fomentando la solidaridad entre generaciones.

www.elconfidencial.com, 4 oktober 2024

noot 2 el tejido social = de sociale samenhang

Carta al Director

Sr. Director:

Cataluña afronta un grave problema de sequía. El agua potable, ese bien escaso, es imprescindible. Su carencia genera una crisis hídrica sin precedentes que nos implica a todos. Aragón se opone a trasvasar excedentes de agua¹⁾ del río Ebro. Pero, la Comunidad Valenciana se muestra solidaria con Cataluña y no se opone al transporte de agua desalinizada²⁾. Hay que afrontar un Plan Hidrológico Nacional y llevar a cabo cuanto antes las infraestructuras necesarias ante la persistente falta de lluvia. Y también apelar a la conciencia y sensibilidad del consumidor, para que use de manera racional y comedida ese bien tan preciado que escasea. El agua constituye un bien común que no es parcelable³⁾ y requiere de una política integral estatal.

José María Torras (Sabadell)

www.elmundo.es, 20 september 2024

noot 1 trasvasar excedentes de agua = overtollig water overhevelen

noot 2 el agua desalinizada = het ontzilte water

noot 3 parcelable = te verkavelen: te verdelen (in aparte stukken)

! Let op: lees eerst de opgave voordat je naar de tekst gaat.

Cómo elegir el nombre de un podcast

Sabemos que elegir el nombre adecuado para tu podcast puede ser un desafío emocionante. En este artículo, te ofrecemos consejos prácticos para ayudarte a elegir el nombre perfecto para tu podcast.

Piensa en tu audiencia y en la temática de tu podcast

Piensa en quién será tu público objetivo, cuáles son sus intereses y qué tipo de contenido les atraerá. Asegúrate de que el nombre sea coherente con la temática de tu podcast para que los oyentes sepan de qué trata tu programa desde el primer momento.

Sé creativo y original

No te limites a utilizar nombres genéricos o aburridos, sino que busca algo que llame la atención y sea memorable para tu audiencia. Trata de pensar en nombres que sean únicos y distintivos y que reflejen el espíritu de tu podcast. Puedes inspirarte en juegos de palabras, frases ingeniosas o incluso en referencias culturales que conecten con tu temática. La originalidad es clave para destacar en un mercado saturado de podcast.

Mantén el nombre corto y fácil de recordar

Es importante que el nombre de tu podcast sea fácil de recordar y pronunciar para que los oyentes lo compartan con facilidad. Evita nombres complicados o demasiado largos que puedan resultar confusos o difíciles de recordar. Además, un nombre corto y directo también puede ayudar a que sea más fácil de escribir y compartir en redes sociales.

Asegúrate de que el nombre del podcast está disponible

Debes hacer una búsqueda exhaustiva para verificar que el nombre que has elegido no está siendo utilizado por otra persona o empresa en el mismo mercado o sector. Esto es importante porque el uso de un nombre ya registrado puede llevar a problemas legales y de marca, lo que puede ser costoso y perjudicial para tu podcast. Si no está disponible, deberás buscar alternativas.

Incluye palabras clave relevantes en el nombre del podcast

Incluir palabras clave relevantes en el nombre del podcast puede ser beneficioso para el posicionamiento en los motores de búsqueda y la visibilidad en las plataformas de podcasting. Piensa en las palabras que mejor describen el tema o la temática de tu podcast y considera incorporarlas en el nombre de forma creativa y original. Por ejemplo, si tu podcast trata sobre cocina vegetariana, podrías utilizar palabras clave como “vegano” o “vegetariano” en el nombre para atraer a un público interesado en ese tipo de contenido.

Adriana López Virtanen, <https://mindpodcast.es>, 31 maart 2023