



familia que controla el mando, lo que equivale a tener el poder sobre qué canal se ve y a qué volumen. Un 72% de los encuestados en España considera vital hacerse con el mando, frente a un 46% de daneses y un 33% de suecos.

url del artículo: <http://www.publico.es/ciencias/tecnologia/061543/mando/distancia>

### 1.- Según el texto:

- a) España está a la cabeza de los países que utilizan el mando a distancia.
- b) La media de los países europeos está por encima del 50%.
- c) En España tenemos más mandos a distancia que hace unos años.

### 2.- El primer mando a distancia de la historia:

- a) Provocaba serios accidentes entre quienes lo utilizaban.
- b) Servía para encender el televisor.
- c) Facilitaba la vida de los consumidores.

### 3.- Para el español, según el texto:

- a) Es necesario evitar de cualquier modo la publicidad de la televisión.
- b) La llegada del mando a distancia significó un aumento indirecto del peso.
- c) Tener el mando a distancia es una señal de tener el control de lo que se va a ver.

## PRODUCCIÓN ESCRITA

1.- La difusión del mando a distancia y de las cadenas de televisión ha obligado a los directivos de los canales a crear nuevas estrategias actuales, como subir el volumen en los anuncios, el incentivo del consumo durante las series (publicidad encubierta), prometer pausas breves que luego no se cumplen, etc. Escribe un texto de 200 palabras aproximadamente donde comentes qué opinión te merecen estas técnicas. Algunas preguntas guía que te pueden ayudar a desarrollar tu texto: ¿Y si todas las televisiones fueran públicas? ¿O todas privadas? ¿Qué valor tiene hoy la publicidad para los ciudadanos? ¿Necesitamos la televisión? ¿Se quedará anquilosada la revisión con la aparición de las llamadas nuevas tecnologías?

2.- La publicidad nos ha acompañado desde los albores de la televisión. Siempre hay una música o una frase que se nos ha quedado a todos, como el "si bebes, no conduzcas", que protagonizó Steve Wonder para la DGT. Escribe un texto de aproximadamente 200 palabras en el que recuerdes qué anuncios pertenecen a la "memoria colectiva" de tu país, qué te llamó más la atención: el producto novedoso, la música creada *ad hoc*, la modelo (o el modelo) que la anunciaba, etc.

3.- La publicidad subliminal se destapó en una sala de un cine norteamericano (1957) donde pocos fotogramas mostraban la leyenda: "Tienes sed y hambre. Toma coca cola y come palomitas". Las ventas se vieron aumentadas en un 18% y 58% respectivamente. Pero la publicidad contemporánea se sirve todavía hoy de estas estrategias, entre ellas varias películas para niños pequeños, especialmente de la Disney. Escribe una carta de 200 palabras aproximadamente al director de la Agencia de Defensa del Ciudadano para quejarte por estos procedimientos ya que viendo una película con tu hijo (o nieto, o sobrino) has notado estos modos de condicionamiento.

4.- Escribe una carta a un amigo de estudios en la que le comentes irónicamente que te quieres un nuevo coche, a pesar de tener uno nuevo, y no sabes bien por qué.

**Adaptado por Gonzalo Hernández Baptista, curso de preparación DELE B2, Torino.**