

Actividad 6. «El color de los anuncios»

El color es una forma de transmitir información simbólica porque se le atribuye una serie de valores de tipo cultural. Los colores provocan unas respuestas muy específicas en el sistema nervioso central y en el córtex cerebral donde se activan pensamientos, recuerdos y mecanismos de percepción concretos. Esta activación aumenta la capacidad de los consumidores de procesar información. Por ejemplo, se asocia el rojo con la intensidad, la pasión e, incluso, la violencia; el azul con la serenidad y la honradez; y el verde con la naturaleza, la salud y la tecnología.

Completemos, pues, el cuadro 4.

Cuadro 4. El color de los anuncios

	MÓVILES	CADENAS TV	BANCOS O CAJAS	CERVEZAS
Azul				
Rojo				
Verde				

1. ¿Por qué creéis que estas marcas han escogido estos colores? ¿Qué pretenden?
2. ¿Qué significan para vosotros el azul, el rojo y el verde?

Actividad 7. «La saturación publicitaria»

En televisión se emiten miles de anuncios. Cada vez que aparece una nueva cadena de televisión, aumenta la cantidad de anuncios que reciben los telespectadores.

1. Haced una lista con los anuncios que recordéis haber visto durante los tres últimos días y observad si hay coincidencias entre todos vosotros.
2. ¿Por qué recordáis unos anuncios y otros no?
3. ¿Os incomoda ver tantos minutos de anuncios?
4. ¿Por qué creéis que hacemos *zapping*?
5. ¿Deberían disminuir los anuncios en televisión? ¿Qué os parece que TVE haya decidido no emitir anuncios?
6. Si vieseis menos anuncios, ¿los recordaríais más?
7. ¿Qué proponéis para regularizar la presencia de los anuncios audiovisuales? ¿Emitir programas íntegramente dedicados a los anuncios televisivos?