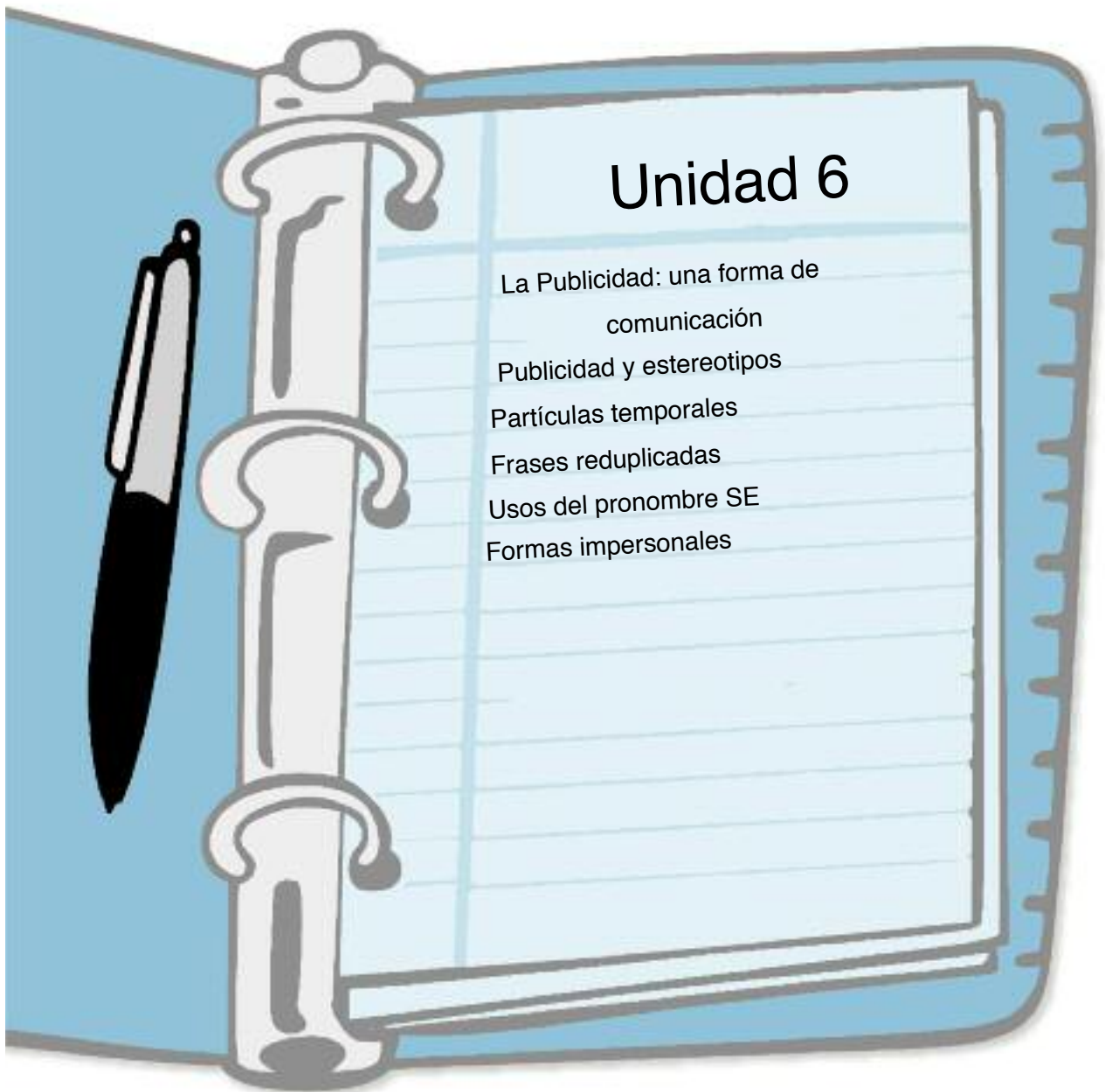


La publicidad



1. La publicidad: una forma de comunicación.



La publicidad influye en jóvenes y mayores

En la actualidad, la publicidad es uno de los principales motores de desarrollo de la industria manufacturera y de servicios. La publicidad, pues, promueve el consumo masivo de productos y servicios creados para facilitar y mejorar la vida de los consumidores. No obstante, ésta puede ser mal utilizada ya que en ocasiones puede crear necesidades de consumo inexistentes, prototipos de estilo de vida y comportamiento que no corresponden a la realidad de la sociedad ni a sus necesidades. Fundamentalmente, el objetivo de la publicidad es informar y actualizar al

público sobre la existencia y ventajas de un determinado producto o servicio. Es tal la fuerza de la publicidad que gracias a ella se generaliza y masifica el consumo de productos y la creación de hábitos. Tal es el caso de los teléfonos móviles o celulares que rápidamente se han incorporado como un elemento indispensable en la vida moderna gracias a la promoción que les ha hecho la publicidad, como un servicio que está al alcance de la mano de cualquier persona. Ahora bien, la publicidad también permite la difusión de mensajes de contenido social y político que influyen en la ideología de la sociedad y que llegado el caso, juegan un papel importante en el futuro de una sociedad. Por último, cabe añadir que la industria de la publicidad además de contener un importante trabajo artístico, ha adoptado las últimas tecnologías desarrolladas en el campo de la comunicación para llegar cada vez a más consumidores como ha sido el caso del Internet.

2. Señala con una X si las afirmaciones son correctas o no de acuerdo al texto anterior.

- 1. La publicidad ha sido siempre un factor importante para la industria y el comercio.
- 2. La publicidad favorece el consumo masivo de bienes y servicios.
- 3. A veces los consumidores son víctimas de la publicidad que les crea necesidades y hábitos de consumo innecesarios.
- 4. La existencia de un producto y sus beneficios se dan a conocer gracias a la publicidad.
- 5. La fuerza de la publicidad obliga a cualquier persona a comprarse un teléfono móvil.
- 6. La vida política y social influye en la publicidad de un país.
- 7. La parte artística de la publicidad es mínima si la comparamos con la tecnología.
- 8. El internet es uno de los últimos avances tecnológicos que ha adoptado la publicidad.

3. Completa las frases con tus palabras de acuerdo al texto:

- 1. Gracias a la publicidad _____
- 2. Cuando está mal utilizada, la publicidad puede crear _____
- 3. El objetivo básico de la publicidad es _____
- 4. El caso de los teléfonos móviles nos muestra _____
- 5. La tecnología de la comunicación _____

4. Contesta las preguntas.

- 1. ¿ Crees que la publicidad influye en tu decisión al comprar un producto ?
- 2. ¿ En tu opinión, la publicidad crea hábitos de consumo en quienes la reciben ?
- 3. ¿ Es bueno que se anuncien bebidas alcohólicas, cervezas y cigarrillos en la tele ?
- 4. ¿ Qué clase de anuncios te gustan más ? ¿ Se podría limitar el tiempo de anuncios ?
- 5. Describe un anuncio que te guste por alguna razón.



La publicidad

| | | |
|-------------------------|--------------------------|------------------------|
| el anuncio | la agencia de publicidad | anunciar / promocionar |
| el spot publicitario | las necesidades | consumir |
| la campaña publicitaria | los hábitos de consumo | influir en |
| el producto | el consumo superfluo | actualizar |
| el consumidor | las vallas publicitarias | lanzar un producto |
| la manipulación | el poder adquisitivo | convencer a la gente |

5. Coloca las expresiones del recuadro en la frase correspondiente: Hay más de una posibilidad para cada expresión.

* 1. gracias a...

* 2. no obstante,

* 3. Tal es el caso de...

* 4. Juega un papel...

* 5. Está al alcance de...

* 6. Ahora bien,

* 7. Cabe añadir...

* 8. Llegado el caso...

A. El servicio médico personalizado _____ cualquier ciudadano de este país.

B. Todo el malentendido se solucionó _____ la intervención de José.

C. La perseverancia siempre triunfa. _____ de Mariano, que después de tantos esfuerzos, logró comprarse un piso precioso.

D. En mi opinión, la educación en la familia _____ fundamental en la crianza de los hijos.

E. Bien, después de lo dicho solamente _____ que les volveremos a ver en un mes aproximadamente.

F. Yo creo que todos estamos de acuerdo. _____, podríamos tomar la decisión en 2 ó 3 días y volver a discutir el tema.

G. Oye, no creo que te vayan a despedir del trabajo y, bueno, _____, no te preocupes que yo te ayudaré.

H. Podemos ir todos en nuestro coche. _____, si vosotros queréis coger el vuestro, no hay problema.

I. Lo he dejado todo arreglado. _____, si tienes alguna pregunta, no dudes en llamarme.

J. Que te contraten en esa compañía no _____ mis posibilidades. Yo sólo soy un empleado más.

K. Tenemos bastante dinero, no creo que no nos llegue para pagar el billete. _____, te pediremos en préstamo lo que falte.

L. Ana es muy inteligente y se ha graduado con honores, y pero _____ que también estudia mucho.

LL. Muchos jóvenes están en el paro. _____ mi primo Roberto, que se pasa el día matando moscas.

M. La publicidad _____ muy importante a la hora de elegir detergentes en el supermercado.

N. Estaba empantanada, _____ logré terminar a tiempo el reporte.

6. Publicidad y estereotipos.

Todos estamos conscientes de que la publicidad y el mundo de la moda imponen estereotipos de belleza realmente inalcanzables. Bien lo saben las mujeres, que ven esto reflejado en los catálogos de moda y en la publicidad, donde reinan los estereotipos de supermodelo, imponiendo estándares de belleza totalmente alejados de la realidad. Por suerte esto está comenzado a cambiar un poco, algunos modistos y agencias de modelos están comenzando a rechazar el estilo anoréxico de las modelos que hasta ahora se venía imponiendo. Además algunas marcas se están dando cuenta de que sus consumidoras no son tan superficiales como para creer en todo lo que dice o muestra la publicidad y están comenzando a cambiar las imágenes que lucen sus marcas por unas más saludables y creíbles. Desde hace unos años Dove, una de las marcas de belleza más grandes a nivel global, comenzó a utilizar esta percepción en beneficio de sus productos. Así nació el concepto de “Por la belleza real”, donde las modelos de la campaña pasan a ser mujeres de la vida real, que usan el producto, y no supermodelos de catálogo. Una nueva forma de publicidad que ha acertado a base de acercarse a la realidad y a la vida diaria de la mujer consumidora.



7. Contesta las preguntas.

1. ¿ Cómo se refleja la influencia de la publicidad en el mundo de la belleza ?
2. ¿ Qué ha pasado en los últimos años con los prototipos de belleza ?
3. ¿Cuál ha sido el acierto de la últimas campañas publicitarias de “ Dove ” ?
4. ¿ Has visto algún anuncio que rompa con los cánones o estereotipos de belleza impuestos ?
5. ¿Cuál crees que es el coste, si hay, de seguir la moda ?
6. ¿Cuál es la relación de la imagen de las llamadas “ tribus urbanas ” con la moda?

8. Temas de debate.

A. La publicidad y la mujer.

1. ¿ Cómo es mostrada y tratada la mujer en los anuncios publicitarios ?
2. ¿ Qué prototipos se proyectan a las consumidoras en cuanto a la belleza, la moda, el comportamiento, etc.....?
3. ¿ Hay víctimas de la publicidad ?
4. La publicidad y los problemas de los adolescentes.
5. Valores sociales que proyecta la publicidad: dinero, poder, belleza, perfección, autoestima.
6. ¿ Qué grupo social es más sensible a la publicidad ? (niños, adolescentes, mujeres)

B. Publicidad y Medios de Comunicación.

1. ¿ Por qué son necesarios los anuncios ?
2. Nombra algunos anuncios que hayan llamado tu atención y di por qué.
3. Celebraciones y publicidad: Fiestas (Navidad, Día de los enamorados, Día de la madre, etc...)
4. ¿ En que aspecto es negativa o positiva la publicidad ?
5. Productos que no deberían anunciarse: bebidas alcohólicas, cigarrillos, etc....
6. ¿ Qué opinas de la frase “ El que no se anuncia, no existe ” ?
7. ¿ Compras sobre todo los productos que ves más a menudo anunciados o no ?
8. ¿ De qué manera se puede anunciar un producto ? (anuncios televisivos, radio, revistas, cine, periódicos, vallas publicitarias, internet, folletos, mensajes SMS, buzoneo, etc...)
9. ¿Cuál es la campaña publicitaria que más te gusta y por qué ?
10. ¿ Suelas hacerles caso a los anuncios televisivos ? ¿ Qué te molesta de la publicidad ?



C. El siglo XXI: el de la prevención. Campañas humanitarias e informativas (del Ministerio de Sanidad y Consumo) para la prevención de riesgos.

- Salud sexual y jóvenes.
- Alcohol y menores - Mal uso de los antibióticos.
- Riesgos en la infancia ocasionados por el aire contaminado por el humo del tabaco.
- Prevención de la Obesidad Infantil y de accidentes infantiles.
- Prevención de enfermedades cardio y cerebrovasculares.
- Prevención del consumo y adicción a cannabis y cocaína.

Éstas son las campañas hechas por el Ministerio de Sanidad en España. ¿ En tu país cómo se enfrentan y sobre qué temas hay políticas de prevención ?

Expresiones con SER

| | | |
|------------|-----------------|--------------------------|
| Ser | un chollo. | más bueno que el pan. |
| | un aguafiestas. | harina de otro costal. |
| | un pelota. | chapado a la antigua. |
| | un gafe. | un hueso. |
| | un patoso. | más papista que el Papa. |

9. Completa las frases con una de las expresiones anteriores:

1. Mónica, desde pequeña ayuda en el orfanato los fines de semana, es que _____
2. ¡ Oh, no ! Acaba de llegar Pedro y seguro que no podremos seguir divirtiéndonos. Es _____
3. Nosotros somos organizados, pero Miguel _____ , él nunca arregla su cuarto.
4. ¡ No sabe moverse, no puede bailar, es _____ !
5. Mira, yo creo que no hay que llegar a esos extremos. No hay que _____
6. Pedro, yo quiero una boda con padrinos, con vestido de novia, con pajes. Es que yo _____ .
7. ¿ Ése ? _____ . Lo acepta todo sin protestar.
8. Cada vez que va de excursión, algo le pasa; o se cae, o se quema con el sol, o se marea, o le roban algo; definitivamente _____ .
9. Quiero cambiar de carrera porque tengo un profesor que _____ y además me tiene manía.
10. ¡ Ese piso es un verdadero _____ ! ¡ Con lo caros que son los pisos en esta zona !

¡Gramaticalmente!

Partículas temporales

Nos muestran cuando sucede una acción y pueden llevar tanto Indicativo como Subjuntivo:

- Cuando
- Siempre que
- Según
- Hasta que
- En cuanto
- A medida que
- Desde que
- Tan pronto como
- Una vez que
- Mientras (que)
- Así que
- Después de que
- Cada vez que
- Apenas
- Antes de que + Subjuntivo (siempre)

1. **Indicativo:** Acciones habituales o simultáneas en el presente o en el pasado.

✓ Cada vez que **tengo** que hablar en público, **me pongo** nerviosa.

✓ Cuando **se iba** de viaje, me **dejaba** las llaves del piso.

2. **Subjuntivo:** Acciones futuras o con idea de futuro.

✓ Tan pronto como le **veas**, dile que me llame.

✓ Así que **reciba** el dinero, te pago lo que te debo.

3. **Antes de que + Subjuntivo (siempre)**

✓ Antes de que **se vaya**, dale todas sus pertenencias.

✓ Se lo confesaré antes de que **se entere** por la prensa.

1 . Partículas temporales. Completa con Indicativo o Subjuntivo:

1. Estoy convencida de que en cuanto (**dejar - ellos**) _____ de discutir por necesidades, serán felices.
2. Siempre que le (**enviar - ella**) _____ a hacer algún papeleo fuera de la oficina, se le perdía algo.
3. Antes de que cualquiera de nosotros (**darse cuenta**) _____ de lo ocurrido, los asaltantes habían puesto pies en polvorosa.
4. Seguiré protestando hasta que mis peticiones (**ser**) _____ escuchadas.
5. A medida que le (**ir - yo**) _____ conociendo, me enamoraba más de él.
6. Apenas (**facturar - él**) _____ el equipaje, cancelaron el vuelo.
7. Nadie saldrá de aquí hasta que no (**confesar - vosotros**) _____ quién fue el culpable de todo este fiasco.
8. No volví a verla hasta que (**regresar**) _____ de Túnez.
9. Aunque no es una lumbrera, cuando (**trabajar**) _____ , saca buenas notas.
10. Anda, vete antes de que (**cambiar - yo**) _____ de opinión.

2. Ahora tú: completa las siguientes frases con el tiempo correcto de Indicativo o Subjuntivo:

1. Todos los días salgo a correr hasta que (**cansarse**) _____ .
2. Mientras Francisco (**seguir**) _____ viviendo en esta casa, yo no volveré a visitarte.
3. Laura está muy deprimida desde que (**terminar**) _____ con su novio.
4. Chicos, hasta que no (**terminar**) _____ todos el examen, nadie sale del aula.
5. Me escapaba de clase siempre que (**poder**) _____ para ir al cine.
6. Me fui de la fiesta de disfraces antes de que (**ella - poder**) _____ reconocirme.
7. Cuando (**él - dormir**) _____ inmediatamente después de la cena, ronca como un tren.
8. Cada vez que (**tú - sentirse**) _____ enferma o triste, llámame y vendré de inmediato.
9. Así que (**ella - enterarse**) _____ de que había ganado el premio gordo, se desmayó.
10. Oye, cuando (**tú - poder**) _____ , cómprame unas pilas para el reloj.

3. Utiliza la partícula temporal adecuada:

1. _____ estaba en la universidad, conoció a su marido.
2. Te prometo que _____ llegue al aeropuerto, te llamo.
3. Está muy delgada _____ dejó de comer pan y harinas.
4. Yo, _____ llego a casa, pongo la tele.
5. María acuesta a los niños _____ Juan lava los platos.
6. _____ que iba a visitarla, le llevaba flores.
7. Oye, aclaremos la situación _____ se produzcan problemas y malentendidos.
8. Le propuso matrimonio _____ cumplieron seis meses de novios.

4. Completa con la preposición adecuada:

1. Javier ha logrado muchas cosas gracias _____ su laboriosidad y tenacidad.
2. Comprar un coche nuevo ahora está _____ alcance _____ todos.
3. La labor _____ este periódico es informar _____ público _____ los problemas actuales.
4. La ciencia ha hecho grandes progresos _____ el campo _____ la informática.
5. La publicidad influye _____ las decisiones _____ el consumidor.
6. Se produjo un atentado _____ el representante obrero pero no hubo víctimas.
7. La ventaja _____ vivir _____ el campo es la tranquilidad.
8. _____ último, les deseamos una feliz estancia _____ nuestro país.

5. Une las dos frases utilizando una partícula temporal y el modo adecuado:

1. Tener tiempo (yo), seguir tomando clases de francés (yo).

Mientras tenga tiempo, seguiré tomando clases de frances.

2. Poder (tú), venir a ayudarme (tú).

3. Casarse (ellos). Irse a Europa de luna de miel.

4. Tener hijos (yo). Dejar de trabajar (yo).

5. Esperarte (yo). Llegar (tú).

6. Poner la mesa (nosotros). Llegar los invitados.

7. Cambiar de trabajo (yo). Comprarme un piso.

8. Tener un examen (tú). Estudiar con tiempo (tú).

9. Gastar tanto dinero (yo). No poder ahorrar.

6. Partículas temporales. Como el ejercicio anterior, utiliza Indicativo o Subjuntivo:

1. Terminar el trabajo (él). Pedírselo sus superiores.

2. Salir de vacaciones (nosotros). Irnos al chalet.

3. Viajar en coche (yo). Marearme (yo).

4. Verle (yo). Invitarle a tomar un café (yo).

5. Terminar la universidad (ella). Pedir una beca para el exterior (ella).

6. Obtener mi licencia de conducir (yo). Mi padre regalarme un coche.

7. Terminar la mili (él). Casarse con Dolores (él).

¡Gramaticalmente!
Frasas reduplicadas

En las estructuras reduplicativas el relativo une dos formas (generalmente iguales) del mismo verbo, expresando el sentido de “ no importa ”, y usamos siempre el subjuntivo:

1. Verbo en subjuntivo + o + Verbo en subjuntivo (diferentes)

✓ **Llueva** o **truene**, esa es mi decisión.

✓ Te **vayas** o te **quedes**, me da lo mismo.

2. Verbo en subjuntivo + relativo + Verbo en subjuntivo

✓ **Hagas** lo que **hagas**, tendrás mi apoyo.

✓ **Fuera** donde **fuera**, llevaba su cámara.

3. Verbo en subjuntivo + o + no (el mismo verbo expreso u omitido)

✓ Lo **quieras** o no (**lo quieras**), debes ir.

✓ Lo **quieras** o no (**lo quieras**), harás lo que te digo.

7. Conjuga el verbo en las frases reduplicadas en la persona correcta:

1. (**Ser**) _____ como (**ser**) _____ , tendremos que decidir hoy mismo.
2. Lo (**querer - tú**) _____ o no, mi decisión es irrevocable.
3. (**Llover**) _____ o (**tronar**) _____ , el viaje no se aplazará.
4. Mira Pepe, (**decir - tú**) _____ lo que (**decir - tú**) _____ , tu opinión me tiene sin cuidado.
5. (**Estar - ella**) _____ con quien (**estar - ella**) _____ , siempre hacía su santa voluntad.
6. Quiero que me presentes a tu novio, (**ser - él**) _____ quien (**ser - él**) _____ .
7. Te advierto que (**decir - ellos**) _____ lo que (**decir - ellos**) _____ mi opinión será imparcial.
8. Oye Paco, (**salir - tú**) _____ o no, deja abierta la puerta del garaje.
9. (**Venir - él**) _____ o no, empezará la reunión.
10. (**Estar**) _____ como (**estar**) _____ el tiempo, iremos de excursión.

¡Gramaticalmente! Usos del pronombre SE

a) **no reflexivo:** se utiliza **SE** como sustituto de **LE, LES** cuando le sigue un pronombre de complemento directo:

✓ **Se** lo compré / **Le** compré el libro a él.

✓ **Se** lo diré. / **Les** diré eso a ellos.

✓ **Se** lo daré / **Le** daré el examen a él.

b) **reflexivo:** desempeña la función de objeto directo e indirecto en las que el pronombre coincide con el sujeto. La forma **SE** es invariable para la 3ª persona singular o plural:

✓ Luisa **se** maquilla.

✓ Javier **se** levanta de madrugada.

✓ Los niños **se** bañan.

c) **recíproco:** el pronombre expresa una acción intercambiada por dos o más personas.

✓ Ellos **se** detestan hace años.

✓ Juan y Rosa **se** contradicen todo el tiempo.

✓ **Se** escriben desde el verano.

d) **indicador de impersonal refleja:** en las oraciones impersonales refleja, el pronombre **SE** indica el carácter reflejo e impersonal de la oración, sin ninguna otra función. Solamente puede aparecer en 3ª persona de singular.

✓ En esta tienda **se** vende ropa elegante.

e) **indicador de pasiva refleja:** en las oraciones pasivas refleja, el pronombre **SE** indica el carácter pasivo de la oración. Solamente se usa en 3ª persona plural.

✓ **Se** venden coches

✓ **Se** alquilan apartamentos

f) **intensificador del verbo:** intensifica el significado del verbo.

✓ **Se** comió un plato de espaguetis.

✓ **Se** moría de la risa cada vez que le veía.

✓ **Se** fumó un paquete ella sola.

¡Gramaticalmente!
Formas impersonales

1. Forma Impersonal en 3ª p. plural

- ✓ **Comentan** que habrá elecciones.
- ✓ **Dicen** que la inflación aumentará en un 1%.
- ✓ **Esperan** que gane el candidato de color.

2. SE + 3ª persona singular

- ✓ **Se vive** bien en Chile.
- ✓ **Se calcula** que la pobreza aumentará en un 20%.

3. SE + 3ª persona plural

- ✓ **Se celebran** muchas fiestas.
- ✓ **Se hacen** trajes a la medida.

8. Pon los verbos entre paréntesis en el tiempo y forma adecuados:

1. Antes se (**perder**) _____ más tiempo en circular por la ciudad.
2. Se (**hablar**) _____ inglés y alemán.
3. Se (**permitir**) _____ fumar sólo en la zona de fumadores.
4. (**comentar**) _____ que el hijo del rey es muy guapo.
5. ¿ Se (**lavar**) _____ coches aquí ?
6. Se (**alquilar**) _____ pisos amueblados a la orilla del mar.
7. (**decir**) _____ que las elecciones cambiarán el futuro del país.
8. Con la energía solar se (**ahorrar**) _____ electricidad.
9. Nunca se (**saber**) _____ lo que puede pasar a último momento.
10. Se (**tomar**) _____ las medidas necesarias para evitar cualquier desorden.

9. Utiliza la forma correcta del verbo y su forma impersonal:

1. En México (**poder**) _____ conseguir buen tequila.
2. (**Decir**) _____ que la gente en Uruguay es muy educada.
3. En Colombia nunca (**preguntar**) _____ el salario de una persona.
4. En España (**celebrar**) _____ el día de Reyes con una cabalgata.
5. (**Rogar**) _____ a los pasajeros que aborden por la puerta número 1.
6. (**Comentar**) _____ que el nuevo escándalo político conllevará un cambio de gabinete.
7. (**Vivir**) _____ peor en Europa desde la entrada del euro.
8. La mejor paella (**preparar**) _____ en Valencia.

1. Describe y comenta la foto.



A. Publicidad y estereotipos



B. Publicidad preventiva

2. Situaciones.

1

- A** Estás en contra de todo tipo de publicidad y piensas que sólo sirve para manipular a los consumidores. Defiende tu punto de vista.
- B** Hazle ver a tu compañero que hay varios tipos de publicidad (preventiva social) y que es una manera de informarse sobre nuevos productos y servicios.

2

- A** Piensas que los anuncios televisivos influyen negativamente en los niños. Explica tus razones.
- B** Crees que el consumidor ya sea joven o adulto debe tener el criterio para rechazar las influencias negativas de cualquier anuncio.

3.



Instrucciones para la actividad: estrategias para los diálogos.

1

- A mi modo de ver, la publicidad manipula la opinión del consumidor...
- Creo que influye negativamente por los estereotipos que maneja...
- Estoy en contra de esta afirmación ya que la publicidad puede también prevenir / informar / actualizar.

2

- En mi opinión los niños son víctimas de la publicidad por...
- Creo que no pueden tener una actitud crítica ante los productos y spots publicitarios.
- Para mí, todo es cuestión de educación en la familia... por ejemplo...
- La edad es un factor decisivo / importante

1. Carta formal

Carta de protesta.

Has visto anunciado un producto para el lavado de ropa delicada, un nuevo detergente que promete no maltratar tu ropa durante el lavado. Después de usarlo comprobas que las prendas más finas que tenías han cambiado de color.

Temas de redacción: Escribe una carta de protesta a la fábrica de este producto para pedir explicaciones; además deberás: (12 - 15 líneas).

- Explicarles por qué compraste el producto.
- Decirles que has seguido todas las instrucciones para su uso.
- Describir el daño que has sufrido y pedir que te repongan las prendas estropeadas.
- Despedirte

Escribir una carta.

He aquí algunos consejos para escribir una carta.

Es importante que recuerdes en una carta formal lo siguiente

- | | |
|--|--|
| <p>2. (Datos del remitente)</p> <p>Francisco Soler C/Victoria 4, Ático Málaga - España</p> | <p>1. (Fecha)</p> <p>Málaga, 8 de Abril del 20...</p> |
| <p>4. (Título) Muy señores míos / Estimados señores:</p> | <p>3. (Datos del destinatario)</p> <p>Compañía " Lever "</p> <p>C/ Cuesta Nº 8, Planta baja Santander - España</p> |
| | <p>5. (Despedida)</p> <p>Atentamente</p> |

Las abreviaturas más comunes

- | | | |
|---------------------|----------------|------------------------|
| • Sr. = señor | • D. = Don | • Att. = atentamente |
| • Sra. = señora | • Dña. = Doña | • Ud (s). = usted / es |
| • Srita. = señorita | • Dr. = Doctor | • P.D. = post - data |

1. La publicidad y los prototipos sociales.

Lee el siguiente texto sobre la publicidad y los prototipos sociales. Te damos algunos. Trata de analizar las características de los otros y encontrar alguno más.

El S.XXI - Un siglo nuevo - La publicidad usa diferentes prototipos sociales ya que un anuncio debe ir dirigido a un grupo social claramente definido.

Entre los prototipos sociales más usados tenemos los siguientes:

- 1. **EL AMA DE CASA:** Suelen ser mujeres jóvenes, madres de familia y trabajadoras exitosas. Generalmente guapas e independientes. Necesitan una gran cantidad de artículos del mercado. Por ejemplo, comida, detergentes, jabones, productos de limpieza, ropa, artículos para el hogar.
- 2. **EL TRIUNFADOR:** Hombre joven y atractivo. Su profesión suele ser abogado, médico, empresario. Viste ropa cara. Los productos que consume o lleva son símbolo de su éxito a nivel profesional y personal.
- 3. **LOS NIÑOS:** Suelen ser inteligentes, guapos e hiperactivos. Algunos anuncios dirigidos a niños, especialmente los de juguetes, se basan en nuevas tecnologías y en la aceptación dentro del grupo de amigos.

4. **EL DEPORTISTA:** _____

5. **ADOLESCENTES:** _____

6. **PERSONAS DE LA TERCERA EDAD:** _____

