**Anuncio Cruzcampo - Un poco de Sur**  
  
[**http://www.youtube.com/watch?v=QBhRG9vy8mQ**](http://www.youtube.com/watch?v=QBhRG9vy8mQ)  
  
Vamos analizar un anuncio que ha sido considerado muy popular por expertos publicitarios en los últimos años. El producto anucia~~n~~do ~~es~~ se trata de una cerveza que se llama~~n~~ /(llamada) Cruzcampo.  
Para ello la marca publicitaria utiliza un eslogan "No pierd~~e~~as el Sur". Otr~~a~~o posible eslogan es "El sur no es un lugar, es un estado mental"  
  
Como pode~~r~~mos observar el público obje~~c~~tivo son los jóvenes efectivamente los personajes que aparecen en dicho anuncio son jóvenes comprendidos entre los veinte y treinta y tantos. porque pienso que la publicidad del alcohol busca directamente a los más jóvenes. Además ~~el~~ los prototipos sociales utilizados ~~es~~ son el ~~todos~~ tipo~~s~~ de jóven~~es~~ adulto~~s~~. Por ejemplo el deportista porque hay un~~a tablista~~ surfero en el mar, el intelectual, el trabajador porque podemos ver personas que trabajan y en general~~mente los jóvenes porque hay muchas fiestas.~~el fiestero, es decir, un sector de la población activa.  
  
Claramente, el men~~a~~saje que nos intenta transmitir es que est~~e~~a cerveza té hará feliz porque en el anuncio la gente ~~hay~~ se está riendo~~se~~. Además el consumo de esta cerveza parece reflejar la mejora del rendimiento físico, social o sexual.  
  
En cuanto a las estrategias publicitari~~o~~as se refieren podemos destacar la asociación psico-emotiva al consumidor por medio de sentimientos. Otra estrategia~~s~~ que es importante subrayar es la demonstración porque el mensaje que se percibe es que se debería aprovechar el momento. (tempus fugit)  
  
El tipo de imagen ~~es~~son fotográficas reales porque el anuncio refleja ~~es~~ un típico día ~~por~~ para jóvenes. Los consumidos pueden relaciónarse con la gente en el anuncio.

Otro aspecto a resaltar es el uso del ~~El~~ color en el anuncio, puesto que predomina el color ~~es~~naranja - transmite sensaciones como la estimulación y el rojo que representa dinamismo.

En cuanto a los ganchos publicitarios se refiere en el anuncio son utilizados dos principalmente tales como la felicidad y la libertad.  
   
~~Llegar a la conclusión~~ Personalmente este anuncio es solo la cumbre del iceberg. Hoy en día nosotros los jóvenes nos vemos bombardeados con este tipo de imágenes donde los jóvenes se ven representados disfrutando de la vida, pasándolo bien, teniendo éxito gracias a una bebida alcohólica. Creo que es un gran problema  que la publicidad del alcohol se dirija a los jóvenes que en todos los anuncios puesto que se ofrece una imagen positiva del consumo del alcohol.