

يرى فرويد أن الغريزة الجنسية مصدر أساسي لسلوك الإنسان، وتُستغل هذه الغريزة في الإعلان، خاصةً لمنتجات الملابس والأثاث. يُؤثر استغلالها بشكلٍ طردي مع قوة ارتباط السلعة بها، وعكسياً مع عمر المستهلك.