

CONTENIDO

Presentación	7
Universo de estudio	9
Personaje femenino privilegiado	9
Recursos estilísticos	10
Técnicas visuales utilizadas	11
Roles y funciones de la mujer en los mensajes publicitarios	13
Modelo de relaciones y soluciones sociales	16
Estilos de vida propuestos como válidos	17
Productos presentados y su función en la economía familiar	18
Posibles alternativas de control y regulación de la publicidad sexista	18
Mecanismos legales actuales para el control y regulación de la publicidad sexista	19
Mecanismos de vigilancia y denuncia en contra de la publicidad sexista	24