

Índice

	<u>Pág.</u>
Presentación	7
Introducción	9
La publicidad como contrato comunicativo	13
La construcción de la imagen corporal y la salud de las mujeres	41
Relación entre el imaginario social y la salud	61
Un análisis de la publicidad referida a la salud de las mujeres	99
Marco normativo sobre publicidad	143
Recomendaciones en materia de publicidad y salud de las mujeres	153