

### **Bibliografía:**

Carosio, A. (2008). **El género del consumo en la sociedad de consumo**. Revista de Estudios de Género. La ventana, vol. 3, núm. 27, pp. (130-169). Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/>

Díaz Soloaga P. Quintas Froufe N. Muñiz C. (14 de abril, 2010). **Cuerpos Mediáticos versus Cuerpos Reales**. Revista de comunicación y tecnologías emergentes. Vol. 8, núm. 3, (244-256).

Diccionario de Marketing Cultural S.A. (2005, diciembre). **Definición de publicidad**. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/>

Dirié, L; Molfese, (2009). **El impacto de la publicidad en los adolescentes**. Creación y Producción en Diseño y Comunicación N°20. Ensayos Contemporáneos. (Edición I) Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_publicacion\\_php?id\\_libro=35](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_publicacion_php?id_libro=35)

Felechosa, Pablo. **La sociedad de la información, el consumo y la publicidad**. (21/01/2011). Blog de WordPress.com. Recuperado de: <https://pablofelechosa94.wordpress.com/2011/01/21/la-sociedad-de-la-informacion-el-consumo-y-la-publicidad/>

Izco Montoya, E. (2007). Los adolescentes en la planificación de medios. Segmentación y conocimiento del target. (Tesis de doctorado, Instituto de la Juventud Injuve) Recuperado de: [http://www.injuve.es/conocenos/ediciones\\_injuve/accesit-premios-injuve-para-tesis-doctorales-2007-elena-izco-montoya](http://www.injuve.es/conocenos/ediciones_injuve/accesit-premios-injuve-para-tesis-doctorales-2007-elena-izco-montoya)

Martínez-Oña M. M. Muñoz-Muñoz A. M. (7 de octubre, 2014). **Iconografía, estereotipos y manipulación fotográfica de la belleza femenina**. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 21, Núm. 1 (369-384).

Mtra. Laura Hernández Ruiz (2005). **Persuasión y Manipulación en la Publicidad**. México: Ciudad de México. Editorial del Cardo.

Miriam Núñez Jiménez, Cristina Olarte y Eva Reinares Lara. (enero 2008). **Influencia de la publicidad en las tendencias sociales: una aproximación exploratoria al mercado publicitario español**. Ensayo. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/28232117\\_Influencia\\_de\\_la\\_publicidad\\_en\\_las\\_tendencias\\_sociales\\_una\\_aproximacion\\_exploratoria\\_al\\_mercado\\_publicitario\\_espanol](https://www.researchgate.net/publication/28232117_Influencia_de_la_publicidad_en_las_tendencias_sociales_una_aproximacion_exploratoria_al_mercado_publicitario_espanol)

Sánchez-Aranda J. J. (2003). **Framing the Woman's Image in Advertising**. Recuperado de: <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36353/30944>