

Índice General

Prólogo	7
I. De la publicidad como actividad de producción simbólica <i>Raúl Eguizábal Maza</i>	13
II. Las fuentes de información al servicio de la publicidad. Investigación y planificación <i>Juan Carlos Marcos Recio</i> ..	35
III. El nuevo papel de los públicos en el sistema publicitario <i>Susana de Andrés del Campo</i>	61
IV. Los inmigrantes como audiencia de los medios publicitarios <i>Marta Pacheco Rueda</i>	77
V. Creatividad publicitaria y nuevas tendencias de consumo <i>María Isabel Martín Requero</i>	109