



EL IMPACTO DE LA TV EN CINCO COMUNIDADES VIRGENES DE MEXICO

Coordinadores:

Vicente Anaya Calena

Antonio Delhumeau Arrecillas

y Guillermo Knochenhauer Müller



COORDINACION
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLÁN
FONDO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA INFANCIA (UNICEF)



Primera edición: 1984

D.R. © UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

Ciudad Universitaria. 04510 México, D.F.

Coordinación de Producción Editorial
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán
Av. Alcanfores y San Juan Totoltepec
Naucalpan de Juárez, Estado de México

Fondo de las Naciones Unidas para
la Infancia (UNICEF)
Av. Presidente Masaryk no. 29 8º Piso
Col. Polanco 11570 México, D.F.
ISBN 968-837-332-X

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

I N D I C E

Prólogo	9
Introducción	13

PRIMERA PARTE

*Proceso, Contenidos y Efectos de la Televisión
Publicitaria en la Cultura Consumista
El misterioso caso de los productos ingeribles*

Capítulo I	
Cultura Alimentaria y Televisión	21
Capítulo II	
La Publicidad Comercial sobre Ingeribles	33
Capítulo III	
Las Constantes de la Publicidad y su Impacto variable en los Públicos	53

SEGUNDA PARTE

*La Publicidad Comercial de Ingeribles como
Asunto de Interés Público*

Capítulo IV	
Ley Sustantiva en materia Publicitaria	65
Capítulo V	
Organización de los Consumidores	77
Capítulo VI	
Cultura Alimentaria	89
Apéndice	107
Anexo Estadístico	111