
*Publicidad, economía
y comunicación masiva*
(México-Estados Unidos)

Patricia Arriaga



ceestem
EDITORIAL NUEVA IMAGEN

Primera edición, 1980

Edición por convenio entre el Centro de Estudios
Económicos y Sociales del Tercer Mundo, A. C.
(CEESTEM) y la Editorial Nueva Imagen

Portada: *Alberto Diez*

©1980, Editorial Nueva Imagen, S. A.
Sacramento 109, México 12, D. F.
Apartado Postal 600, México 1, D. F.
Impreso en México
ISBN 968-429-277-5

Índice

| | |
|---|-----|
| PRESENTACIÓN | 9 |
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| I. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN MASIVA | 17 |
| II. EL SISTEMA NORTEAMERICANO DE COMUNICACIÓN MASIVA | 63 |
| III. EXPANSIÓN DEL SISTEMA NORTEAMERICANO DE COMUNICACIÓN MASIVA | 137 |
| IV. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN MASIVA EN MÉXICO | 177 |
| APÉNDICES ESTADÍSTICOS | 249 |
| A. <i>La radio en Estados Unidos</i> | 250 |
| B. <i>La televisión en Estados Unidos</i> | 265 |
| C. <i>La publicidad en Estados Unidos</i> | 276 |
| D. <i>Iniciación de operaciones de algunas empresas extranjeras, nacionales y estatales en México</i> | 279 |
| E. <i>Importaciones mexicanas de Estados Unidos de equipo para la comunicación masiva</i> | 289 |
| BIBLIOGRAFÍA BÁSICA | 291 |
| BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA | 309 |
| COLECCIONES CONSULTADAS | 323 |