



**CONSEJO NACIONAL
DE LA PUBLICIDAD**

.....
Origen, estructura y trayectoria

Alejandro Ruiz Ocampo

PLAZA Y VALDES

P Y V

EDITORES

Diseño de portada: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

Primera edición: agosto de 1999

**EL CONSEJO NACIONAL DE LA PUBLICIDAD:
origen, estructura y trayectoria**

© Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

© Alejandro Ruiz Ocampo

Derechos exclusivos de edición reservados para todos los países de habla española. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita de los editores

Editado en México por Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

Manuel María Contreras núm. 73 Col. San Rafael

México, D.F. 06470, Tel. 705-00-30

ISBN: 968-856-709-4

Hecho en México

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	13
I. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	17
1.1. Pasos de modernización y retroceso	18
1.2. Nuevo allanamiento del terreno para la inversión .	22
1.3. Los años de la modernización revolucionaria . . .	25
1.4. Contexto de surgimiento del CNP	35
1.5. Fundación, principios y objetivos del CNP	48
II. ORGANIZACIÓN Y NORMATIVIDAD	
QUE RIGEN AL CNP	63
2.1. Leyes que rigen al CNP	64
2.1.1. El CNP, asociación civil	66
2.1.2. El CNP, promotor de mensajes públicos	69
2.2. Organización interna	77
2.2.1. Asamblea General	80
2.2.2. Consejo Directivo	83

2.2.3. Consejo Técnico	89
2.2.4. Comité Permanente de Postulaciones	91
2.2.5. Dirección General	93
2.2.6. Comisión de Vigilancia	94
2.3. Criterios de afiliación	95
III. LAS CAMPAÑAS DEL CNP	97
3.1. Aproximación al texto publicitario	98
3.1.1. ¿Publicidad vs. propaganda?	101
3.1.2. El texto publicitario	105
3.2. Campañas del crecimiento sostenido	111
3.3. Campañas de la crisis del Estado interventor	123
3.4. Campañas de la liberalización económica	136
CONCLUSIONES	153
APÉNDICE 1	157
APÉNDICE 2	163
APÉNDICE 3	167
APÉNDICE 4	171
BIBLIOGRAFÍA	173
DISCOGRAFÍA	179
DOCUMENTOS	181