

## BIBLIOGRAFÍA

- ALI *et al.*, “Young Children’s Ability to Recognize Advertisements in Web Page Designs”, *Br. J. Dev. Psychol*, 27(Pt 1), 2009.
- AMANDINE, Garde, “Advertising Regulation and the Protection of Children-Consumers in the European Union: In the Best Interest of... Commercial Operators?” *International Journal of Children’s Rights*, 19, 2011.
- ANDREYEVA T. *et al.*, “Exposure to Food Advertising on Television: Associations with Children’s Fast Food and Soft Drink Consumption and Obesity”, *Econ Hum Biol*, 9(3), 2011, pp. 221-233. 14.
- BAIK J., *et al.*, “Influence of Licensed Characters on Children’s Taste and Snack Preferences”, *Pediatrics*, 126(1), 2010.
- BOYLAND E. J., HALFORD J. C. G., “Television Advertising and Branding: Effects on Eating Behavior and Food and Preferences in Children”, *Appetite*, 2012.
- BUSTELO, Eduardo, *El recreo de la infancia. Argumentos para otro comienzo*, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires, 2007.
- CHOU S-Y, RASHAD I., GROSSMAN M., Fast-Food Restaurant Advertising on Television and Its Influence on Childhood Obesity, *J. Law. Econ*, 51(4), 2008.

## BIBLIOGRAFÍA

- CONSEJO NACIONAL PARA PREVENIR LA DISCRIMINACIÓN, Encuesta Nacional sobre Discriminación en México, ENADIS, 2010.
- DELVAL, Jian, *El desarrollo humano*, 4a. ed., Madrid, Siglo XXI, 1999.
- ERIKSON, Erik H., *Infancia y sociedad*, 11a. ed., Buenos Aires, Hormé, 1987.
- FEDERAL TRADE COMMISSION, *A Review of Food Marketing to Children and Adolescents. Follow-Up Report*. diciembre de 2012.
- FEINBERG, Joel, *Rights, Justice and the Bounds of Liberty*, Nueva Jersey, Princeton University Press, 1980.
- FISCHER P. M. et al., “Brand Logo Recognition by Children Aged 3 to 6 Years”, *Mickey Mouse and Old Joe the Camel*, JAMA. 266(22), 1991.
- GARCÍA GARCÍA, Rodolfo, *Tratado sobre derecho de protección al consumidor*, México, Porrúa, 2005.
- GARCÍA MÉNDEZ, Emilio, “De las relaciones públicas al neome-norismo: 20 años de la Convención Internacional de los Derechos del Niño en América Latina (1989-2009)”, en GONZÁLEZ CONTRÓ, Mónica (coord.), *Los derechos de niños, niñas y adolescentes en México. A 20 años de la Convención sobre los Derechos del Niño*, México, Porrúa, 2011.
- GARCÍA SAÍS, Fernando, *Derecho de los consumidores a la información. Una aproximación a la información. Una aproximación a la publicidad engañosa en México*, México, Porrúa-ITAM, 2007.
- , “La publicidad engañosa y la población vulnerable”, *Revista Dirección Estratégica*, México, 2006.
- GARDE, A., *EU Law and Obesity Prevention*, Leiden: Kluwer Law International, 2010.

## BIBLIOGRAFÍA

- , “Freedom of commercial expression and public health protection in Europe”, *Cambridge Yearbook of European Legal Studies* 2009-2010 (12), 2010.
- y HARAVON, M., “Unfair Commercial Practices: Towards a Comprehensive European Consumer Policy?”, *European Journal of Consumer Policy*, 6, 2006.
- GONZÁLEZ CONTRÓ, Mónica, *Derechos humanos de los niños: una propuesta de fundamentación*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2008.
- et al., *Propuesta teórico-metodológica para la armonización legislativa desde el enfoque de derechos de niñas, niños y adolescentes*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, 2012.
- GORN G. J., GOLDBERG M. E., “Children’s Responses to Repetitive Television Commercials”, *J. Consum Res*, 1980.
- GUTIÉRREZ J. P., et al., *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Resultados Nacionales*, Cuernavaca, Instituto Nacional de Salud Pública (MX), 2012.
- HABDEN, Lana A. et al., “Advertising of Fast Food to Children on Australian Television: the Impact of Industry Self-Regulation”, *MJA*, 195: 20-24, 2011.
- HARRIS, Jennifer L. et al., “The Food Marketing Defense Model: Integrating Psychological Research to Protect Youth and Inform Public Policy”, *Soc Issues Policy Rev.*, 3(1), 2009.
- y BARGH J. A., “Television Viewing and Unhealthy Diet: Implications for Children and Media Interventions”, *Health Commun*, 24(7), 2009.
- y GRAFF, Samantha K. “Protecting Young People From Junk Food Advertising: Implications of Psychological Re-

## BIBLIOGRAFÍA

- search for First Amendment Law”, *American Journal of Public Health*, Vol 102, No. 2, febrero de 2012.
- *et al.*, “Marketing Foods to Children and Adolescent: Licensed Characters and Other Promotions on Packaged Food in the Supermarket”, *Public Health Nutrition: 13*(3).
- HASTINGS, G. *et al.*, “Review of Research on the Effects of Food Promotion to Children”, 2003, disponible en [www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/foodpromotiontochildren1.pdf](http://www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/foodpromotiontochildren1.pdf).
- *et al.*, “The Extent, Nature and Effects of Food Promotion to Children: A Review of the Evidence to December 2008”, Geneva, *World Health Organisation*, 2009, disponible en [www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence\\_Update\\_2009.pdf](http://www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence_Update_2009.pdf).
- HAWKES, Corinna, “Self-Regulation of Food Advertising: What It Can, Could and Cannot Do to Discourage Unhealthy Eating Habits Among Children”, *British Nutrition Foundation Bulletin*, 2005.
- y HARRIS Jennifer L., “An Analysis of the Content of Food Industry Pledges on Marketing to Children”, *Public Health Nutrition*, 2011.
- HOHFELD, Wesley N., *Conceptos jurídicos fundamentales*, México, Biblioteca de Ética, Filosofía del Derecho y Política, núm. 2, Distribuciones Fontamara, 2001.
- KELLER, K. L. *et al.*, “The Impact of Food Branding on Children’s Eating Behavior and Obesity”, *Physiology & Behavior*, 2012.
- KUMANYIKA S. *et al.*, “Report. Public Health Approaches to the Prevention of Obesity (PHAPO), Working Group of the International Obesity Task Force (IOTF)”, *International Journal of Obesity*, 2002.

## BIBLIOGRAFÍA

- LASARTE ÁLVAREZ, C., *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*, Madrid, Dykinson, 2003.
- MACCORMICK, Neil, *Children's Rights: a Test-Case for Theories of Right, en Legal Rights and Social Democracy. Essays in Legal and Political Philosophy*, Oxford, Clarendon Press, 1982.
- MCAULEY, Ian, et al. *Políticas públicas de consumo. Tendencias internacionales*, México, OCDE, Procuraduría Federal de Consumidor, 2008.
- MCGINNIS, Michael J. et al. (eds.), *Food Marketing to Children and Youth. Threat or Opportunity? Committee on Food Marketing and the Diets of Children and Youth, Institute of Medicine of the National Academies*, 2006.
- MONTGOMERY, Kathryn C. y CHESTER, Jeff, "Interactive Food and Beverage Marketing: Targeting Adolescents in the Digital Age", *Journal of Adolescent Health*, S18-S29, 45 (2009).
- OVALLE FAVELA, José, *Derechos del consumidor*, México, Cámara de Diputados-UNAM, 2000.
- POTVIN KENT, Monique et al. *Self-Regulation by Industry of Food Marketing is Having Little Impact During Children's Preferred Television*, Institute of Population Health and Department of Epidemiology and Community Medicine, Ontario, 2011.
- RIVERA, D. Juan Ángel et al., *Obesidad en México. Recomendaciones para una política de Estado. Grupo Multidisciplinario sobre Obesidad de la Academia Nacional de Medicina*, México, UNAM, 2012.
- ROBERTS D. F. et al., *Generation M: Media in the Lives of 8-18 Year-Olds*, The Henry J. Kaiser Family Foundation, 2005, disponible en [www.kff.org/entmedia/7251.cfm](http://www.kff.org/entmedia/7251.cfm).

## BIBLIOGRAFÍA

- Ross, Sheila, "Do I Really Have to Eat that?: A Qualitative Study of Schoolchildren's Food Choices and Preferences", *Health Education Journal*, 1995.
- SALGADO LEDESMA, Eréndira, *Defensa de usuarios y consumidores*, México, Porrúa, 2007.
- SÁNCHEZ MORA, María del Carmen, *La obesidad*, México, UNAM, 2013.
- TAYLOR, Jennifer P. et al., "Determinants of Healthy Eating in Children and Youth", *Canadian Journal of Public Health*, vol. 96, suplement 3. julio/agosto 2005.
- THÉODORE, F. et al., "Significados culturalmente construidos para el consumo de bebidas azucaradas entre escolares de la Ciudad de México", *Rev. Panam*, 30(4):327-34, 2011.
- WALD, Arnoldo, "El derecho del consumidor y sus repercusiones en relación con las instituciones financieras", *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, México, núm. 77, mayo-agosto, 1993.
- WATT, G., Richard y SHEIHAM, Aubrey, "Towards an Understanding of Young People's Conceptualization of Food and Eating", *Health Education Journal*, 56:340-349, 1997.
- WILDE, P., "Self-Regulation and the Response to Concerns About Food and Beverage Marketing to Children in the United States", *Nutr. Rev.*, 2009.
- ZIMMERMAN, F. J., BELL J. F., "Associations of Television Content Type and Obesity in Children", *Am. J. Public Health* 100 (2), , 2010.

*Sentencias de la Corte Interamericana de Derechos Humanos*

Corte IDH, Opinión Consultiva 17/2002, Condición Jurídica y Derechos Humanos del Niño, sentencia del 28 de agosto de 2012.

## BIBLIOGRAFÍA

Corte IDH, Caso Comunidad Indígena Xákmok Kásek vs Paraguay, sentencia del 24 de agosto de 2010.

Corte IDH, Caso Instituto de reeducación del menor vs Paraguay, sentencia del 2 de septiembre de 2004.

### *Observaciones del Comité de los Derechos del Niño*

CDN/OG/2003/4, Observación General núm. 4, La salud y el desarrollo de los adolescentes en el contexto de la Convención sobre los Derechos del Niño, 21 de julio de 2003.

CDN/OG/2003/5, Observación General núm. 5, Medidas generales de aplicación de la Convención sobre los Derechos del Niño (artículos 4o. y 42 y párrafo 6 del artículo 44), 27 de noviembre de 2003.

CDN/C/MEX/CO/3, Observaciones finales, Examen de los informes presentados por los Estados partes en virtud del artículo 44 de la Convención, 8 de junio de 2006, México.

CDN/C/OG12, Observación General núm. 12, El derecho del niño a ser escuchado, 20 de julio de 2009.

CDN/OG/15, Observación General núm. 15, Sobre el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud (artículo 24), 17 de abril de 2013.

CDN/OG/16, Observación General núm. 16, Sobre las obligaciones del Estado en relación con el impacto del sector empresarial en los derechos del niño, 17 de abril de 2013.