

Sumario

Introducción	11
1. Las redes	15
1. <i>La vocación transfronteras</i>	15
Cuando la publicidad era un asunto interno	15
La emergencia de la fuerza norteamericana	18
La edad de oro de la hegemonía	19
2. <i>El nuevo tablero de ajedrez</i>	22
Balance de la década de los depredadores (1980-1990)	22
La expansión en tiempos de penuria	26
La empresa integrada: los riesgos de la diversificación	28
La nueva frontera del mercado	32
3. <i>El mundo: ¿uno o múltiple?</i>	36
La dura lógica	36

El modelo de desarrollo cuestionado	38
Acciones voluntaristas	39
2. Los mercados	43
1. <i>La crítica de las fuentes</i>	43
Una contabilidad poco clara	43
El envite de la cifra	44
2. <i>Las inversiones</i>	48
El tropismo de los flujos	48
La liberalización	50
Los anunciantes	54
Extramédios: los medios de la proximidad	59
3. La investigación	65
1. <i>La industria de la información-decisión</i>	65
El cerebro comercial	65
La ubicuidad del consejo	68
El influjo tecnológico	70
2. <i>¿Una ciencia del consumidor?</i>	72
El modelo lineal	72
La motivación	75
Los estilos de vida	76
Nuevos préstamos	78
La polémica acerca del «efecto económico»	80
4. La producción audiovisual	83
1. <i>La economía del spot</i>	83
Los recién llegados	83
Una industria de la imagen	85
2. <i>Las nuevas fórmulas</i>	90
Una vieja historia	90
Suministro gracioso	92
La publitelevisión	94
5. La institución Empresa: de la publicidad a la comunicación	99
1. <i>Un modo de gestión</i>	99
La creación de la mentalidad posttayloriana	99
La nueva cartera de servicios	102
La comunicación en los acontecimientos	105

La identidad visual	106
La comunicación de utilidad pública	108
Las grandes causas nacionales	109
¿Está el espacio público a punto?	111
2. <i>Un modo de regulación</i>	112
Los pioneros del código	112
La autodisciplina	114
La libertad de expresión comercial	117
6. Las miradas críticas	125
<i>La publicidad no vive sólo de información</i>	125
<i>El retorno paradójico del consumidor</i>	127
<i>Las transformaciones del espacio público</i>	130
Conclusión	135
Bibliografía	139
Bibliografía complementaria	143