

INDICE

Prólogo a la edición española	9
Introducción	13
1. Las redes	17
1. La vocación transfronteras	17
2. El nuevo tablero de ajedrez	23
3. El mundo: ¿Uno o múltiple?	34
2. Los Mercados	41
1. La crítica de las fuentes	41
2. ¿Quién gasta cuánto y qué se apoya?	46
3. La investigación	65
1. La industria de la información – decisión	65
2. Una ciencia del consumidor	73
4. La producción audiovisual	65
1. La economía del sport	79
2. Las nuevas fórmulas	87
5. La sociedad de comunicación	95
1. Un modo de gestión	95
2. Un modo de regulación	107
6. Las miradas críticas	115
La publicidad no vive sólo de información	115
Los atolladeros de la manipulación	117
Las transformaciones del espacio público	119
El contencioso económico	121
Conclusión	127
Referencias bibliográficas	