

Presentació

La publicitat és un factor determinant per comprendre la dinàmica de les nostres societats. És un element clau de les estratègies de màrqueting. És un factor central d'impacte en la configuració de les mentalitats, dels hàbits de consum, dels gustos i dels estils de vida de la població. I la publicitat ha esdevingut la font pràcticament universal de finançament de tots els altres mitjans de comunicació, inclosos els de titularitat pública. Sembla lògic, doncs, que la bona salut del sistema publicitari preocupi no tan sols els estaments més vinculats al sector, sinó especialment els representants dels poders públics i els àmbits més sensibles de la ciutadania i de la societat civil.

Quaderns del CAC ha cregut oportú de dedicar un tema monogràfic a la consideració del moment present que viu la indústria i l'activitat publicitàries. Aquest número 21 concentra l'atenció en les tendències i els nous formats de la publicitat. Un estudi encarregat expressament pel CAC a un equip d'investigadors de la Universitat Rovira i Virgili ha precisat l'abast de les noves formes de la publicitat a la televisió. El tema monogràfic s'obre amb tres articles corresponents a aquest estudi, que signen Jordi Farré Coma i Josep Fernández Cavia, amb les aportacions següents: "La publicitat no convencional a la televisió generalista", "Formats no convencionals i transformació del negoci publicitari a la televisió" i "Catalogació provisional dels formats publicitaris no convencionals". Pel que fa a la ràdio, Mariluz Barbeito i Anna Fajula examinen l'estat de la publicitat en la contribució titulada "La ràdio publicitària: el pes de l'immobilisme". Joan Sabaté López i Joana Solanas Garcia presenten un balanç crític dels intents de revisió de l'ordenació europea de la publicitat a la televisió amb l'article "El tractament de la publicitat a la Directiva 'Televisió Sense Fronteres'". I Josep Rom i Joan Sabaté reflexionen sobre la publicitat infantil a l'article "Amb les joguines no es juga" elaborat a partir dels informes de la publicitat de joguines que ha realitzat el CAC des de 1998.

A la secció *Observatori* incloem en aquest número les següents col·laboracions: "Violència, sexe i televisió: la mirada adolescent", de Magdalena Alberó Andrés; "La programació cultural de la ràdio pública generalista: Catalunya Ràdio, COMRàdio i Ràdio 4", de Maria Gutiérrez i Amparo Huertas; "La producció de telefilms a Catalunya: balanç provisional", de Paco Poch i Manel Jiménez; i "Mestresses de casa, política i telenotícies a Mèxic: un trinomi inexplorat", d'Aimée Vega.

Josep Gifreu
Director