

Màgia escenogràfica a la televisió. L'adaptació del comunicador

Dolors Bernadas

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat (UAB)

ia a dia la forma, en tots els sentits, té més importància. Ja no n'hi ha prou amb un contingut adequat; cal un embolcall escaient, llampant, gairebé enlluernador i que transmeti d'una manera molt visual i directa, sense més explicacions, allò que interessa.

Les possibilitats dels nous mitjans tecnològics són innegables. El seu ús creixent a la petita pantalla deixa entreveure l'inici d'una nova època on es pot preveure el domini d'una escenografia televisiva per excel·lència, ben diferenciada de l'hegemònica escenografia clàssica, marcadament teatral o cinematogràfica. Aquesta troballa ha de comportar, necessàriament, una reestructuració del comunicador i del seu missatge.

En el marc general de la tesi doctoral *Escenografia televisiva a l'estat espanyol*, aquesta comunicació analitza les primeres passes a diverses cadenes de televisió de l'Estat (TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Tele 5, Antena 3 i Canal Plus) de la nova escenografia anomenada virtual i les implicacions que comporta en la feina del comunicador convertit, per influència de l'entorn, en tecnocomunicador.

La propaganda cultural de Barcelona a Internet

Maximo Castagno

Llicenciat en Sociologia per la Universitat de Ginebra (Suïssa).

El present treball analitza l'impacte d'Internet en les estratègies de propaganda desenvolupades per entitats culturals i paraculturals de la ciutat de Barcelona. L'anàlisi de la realitat actual demostra que un gran nombre d'en-