

### **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-

titats o grups relacionats amb l'activitat cultural de Barcelona estan realitzant esforços per estar presents a Internet. Això redunda en benefici d'una àmplia oferta de llocs relacionats amb l'activitat cultural de la ciutat. Tot i que es deplora una certa manca de coordinació entre les diferents propostes.

Obviament, la qualitat de l'oferta és variable però les disparitats no necessàriament tenen a veure amb la importància de la institució en el món real. El teatre més petit de Barcelona (el Malic) té un dels llocs més complets i interactius de tota l'oferta teatral a Internet. Aquest exemple i d'altres que se n'analitzen demostren de quina forma la xarxa pot constituir una sortida comunicacional interessant per a aquelles institucions o grups que tradicionalment no tenien possibilitats reals d'accés a un públic massiu.

Internet està tenint una incidència real sobre la producció cultural i la seva difusió que es pot dividir en tres àmbits:

- *Informació.* La capacitat il·limitada del mitjà per a transmetre informació, la flexibilitat del mitjà i les seves potencialitats comunicatives (interactivitat, multimèdia, actualització a l'instant, etc.) fan d'Internet un mitjà molt atractiu per a la difusió de les activitats culturals. En aquest àmbit trobem molts llocs de museus o institucions culturals, així com també les guies de l'oci, que el que fan és bàsicament informar.

- *Mediació.* Internet apropa el producte cultural als usuaris fent ús de les seves possibilitats intrínseques. Un perfecte exemple d'això és la proposta del teatre Malic que ofereix una transmissió en directe via Internet de les obres que allí es realitzen. El mitjà actua així com a *pont* entre un usuari que està davant del seu ordinador i una producció artística el suport *real* de la qual no és Internet.

- *Creació.* En aquest àmbit Internet actua com a *mitjà original* de creació artística i les produccions realitzades són aquí inseparables del suport. Internet, igual que altres mitjans (tot i que amb més rapidesa), no ha tardat a servir de matèria primera per a la creació estètica. En aquest cas, Internet no és un simple instrument de mediació entre l'obra i els seus *consumidors*, sinó que es torna el seu suport original. S'analitzen alguns exemples de produccions artístiques concebudes per Internet i per a Internet, com és ara el *Work in Progress* que La Fura dels Baus va llançar el 1997. S'hi observen certes convergències, com ara la metamorfosi de la relació tripartida creador-obra-espectador o la noció d'*obra en esdevenir*, que suposen una apropiació estètica específica del mitjà. Aquesta nova mena de creació obliga a reinventar o readaptar el paper dels agents difusors de la producció cultural.