

Comunicar cultura en temps digitals: més canals, les mateixes assignatures pendents

Published by [Interacció](#) [1] on 28/09/2016 - 16:07 | Last modification: 16/06/2026 - 12:08

L'any 2026, quan les xarxes socials ja són plenament omnipresents en la vida quotidiana, aquest estudi del CERC es pregunta com s'està transformant la comunicació cultural als municipis de la província de Barcelona. El resultat és una fotografia d'un moment en evolució: els ajuntaments continuen incorporant nous canals digitals amb rapidesa, però els canvis tecnològics no sempre van acompanyats d'una transformació equivalent de les estratègies, de l'organització o del coneixement dels públics.

L'estudi compara la situació de setze municipis entre 2010 i 2015 i constata una digitalització accelerada de la comunicació cultural municipal. Les pàgines web, els butlletins electrònics i les xarxes socials es generalitzen, mentre que la freqüència d'actualització dels canals digitals augmenta de manera notable. El canvi no és només tecnològic: la comunicació cultural passa a ser més contínua, més immediata i potencialment més interactiva.

Tanmateix, els autors assenyalen una paradoxa que és rellevant. Els municipis adopten nous canals, però mantenen sovint les mateixes lògiques comunicatives. La major part dels esforços continuen concentrant-se en la difusió generalista, les notes de premsa, els webs institucionals o les xarxes socials utilitzades principalment com a altaveus. Les possibilitats de segmentació, personalització i diàleg que ofereixen les eines digitals s'exploten només parcialment.

La transformació digital de la comunicació cultural no depèn només dels canals. També requereix noves formes d'organització, coneixement dels públics i capacitat de diàleg.

Un dels aspectes més interessants de la recerca és la importància que atorga al coneixement dels públics. La majoria de municipis disposen de sistemes de captació de dades i bases de dades específiques de cultura, però molt pocs segmenten realment els usuaris segons interessos culturals diferenciats. Això limita la capacitat d'adaptar missatges, detectar necessitats o arribar a nous públics. Els autors identifiquen aquesta manca de segmentació com una de les principals debilitats dels models de comunicació cultural local.

L'informe també destaca el paper dels equipaments culturals. Biblioteques, teatres, auditoris o centres culturals tendeixen a desenvolupar identitats comunicatives pròpies i mostren una capacitat més gran per generar relació directa amb els seus usuaris que no pas les àrees municipals de cultura. Aquesta especialització acaba funcionant, de fet, com una forma indirecta de segmentació dels públics.

La conclusió de fons és que la comunicació cultural no és només una qüestió de canals. Requereix planificació, coneixement dels receptors, coordinació interna i capacitat d'avaluació. L'estudi detecta mancances importants en aquests àmbits: pocs municipis disposen de plans de comunicació, la comunicació interna entre àrees és feble i els sistemes d'avaluació continuen sent limitats. La tecnologia avança més ràpidament que les estructures organitzatives que haurien de donar-li sentit.

El document planteja una pregunta que acompanya moltes polítiques culturals locals: comunicar més és també comunicar millor? La recerca suggereix que no necessàriament. Entre la multiplicació dels canals i la construcció d'una relació significativa amb la ciutadania hi ha una feina estratègica que continua oberta.

Referència

Benlliure, F., i Roca, C. (2016). *La comunicació de la cultura als municipis*. Diputació de Barcelona, Centre d'Estudis i Recursos Culturals.



[Text complet \(pdf\)](#) [2]

Categories: Informe

Categories: Informes i documents

Tags: públics de la cultura

Tags: participació cultural

Tags: cultura digital

Tags: gestió cultural

- [3]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/blogs/2016/comunicacio-cultura-municipis>

Links:

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/63292.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/6694>