



Qui té el poder en la cultura digital?

Published by [Interacció](#) [1] on 25/11/2013 - 12:05 | Last modification: 11/03/2026 - 09:31

Un informe del Forum d'Avignon analitza com la digitalització transforma la cadena de valor de les indústries culturals. Les noves tecnologies obren oportunitats per a creadors i consumidors, però també concentren poder en els grans distribuïdors digitals.

La digitalització ha transformat profundament el funcionament de les indústries culturals. Les tecnologies digitals han multiplicat els canals de distribució, han facilitat l'accés del públic als continguts i han obert noves formes de producció i finançament cultural.

L'informe ***Créateurs, producteurs, distributeurs, consommateurs... qui détient le pouvoir?***, elaborat per la consultora Kurt Salmon per al Forum d'Avignon, analitza com aquests canvis estan modificant l'equilibri entre els diferents actors del sector cultural.

Segons l'estudi, la cultura continua sent un sector econòmic en expansió. Entre 2011 i 2012 el mercat cultural global va créixer aproximadament un **7 %**, una tendència impulsada per diversos factors: la proliferació de dispositius connectats, la diversificació de models de negoci digitals i l'expansió dels mercats culturals als països emergents.

Aquest creixement, però, no implica una distribució equilibrada del poder dins del sector. Les tecnologies digitals han alterat la cadena de valor cultural. Els distribuïdors digitals i les plataformes que controlen l'accés al públic disposen cada vegada de més informació sobre els comportaments dels consumidors i poden orientar la demanda segons els seus interessos.

L'informe també assenyala el paper creixent del **big data** en aquest procés. Les dades sobre consum cultural permeten identificar preferències, recomanar continguts i definir estratègies de mercat cada vegada més precises. Aquest coneixement del públic reforça la posició dels distribuïdors i dels motors de cerca dins de l'ecosistema cultural.

Al mateix temps, la digitalització obre noves oportunitats per als creadors. L'eliminació d'alguns intermediaris en la distribució digital pot augmentar els ingressos dels productors i facilita el contacte directe amb el públic. També apareixen noves formes de mediació, com el micromecenatge, que permeten als consumidors participar en el finançament de projectes culturals.

Tot i així, l'informe apunta diversos riscos. Un dels principals és la possible posició dominant de determinades plataformes digitals. Un altre és la dificultat d'aplicar regulacions nacionals a un mercat cultural que funciona a escala global.

Per fer front a aquests desequilibris, els autors proposen diverses mesures de política pública: harmonitzar els marcs fiscals i reguladors a escala europea, fomentar el consum cultural responsable, desenvolupar instruments de finançament per a la creació i reforçar les polítiques d'exportació de continguts culturals.

El debat que planteja l'informe continua sent central en l'actualitat. La digitalització no només transforma la producció i el consum cultural. També redefineix les relacions de poder dins del sistema cultural i obliga a repensar el paper de les polítiques públiques en aquest nou ecosistema.

Idea central

La digitalització de la cultura reconfigura la cadena de valor cultural i desplaça progressivament el poder cap als distribuïdors i les plataformes que controlen les dades i l'accés al públic.



Accés

PDF [Créateurs, producteurs, distributeurs, consommateurs, pouvoirs publics... qui détient le pouvoir ? \[2\]](#)

Categories: Informe

Categories: Informes i documents

Tags: cultura digital

Tags: economia de la cultura

Tags: finançament de la cultura

Tags: participació cultural

Tags: innovació cultural

- [3]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/news/2013/poder-culturadigital>

Links:

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

[2] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e130276.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/4517>