

## Counting What Counts: What big data can do for the cultural sector

Publicat per [Interacció](#) [1] el 11/03/2013 - 12:32 | Última modificació: 11/12/2015 - 15:57



“L'enfocament actual per l'ús de dades en el sector cultural és inadequat i caduc. El sector en els seu conjunt està perdent l'oportunitat de treure el màxim profit tant en termes financers com operacionals que es podrien derivar d'una millor utilització de les dades. A més a més, millorant aquest ús, permetria comprendre millor i possiblement augmentar l'impacte cultural i social de la despesa pública”. Aquest tipus de diagnòstic es podria considerar un dels “llocs més comuns” de la gestió cultural. Però en aquest cas, sembla que el diagnòstic va acompanyat d'una clara oportunitat de millora. Aquesta oportunitat vindria segons l'autor de la introducció de la metodologia de “big data” que ja s'ha emprat amb èxit rotund en altres sectors.

Partint d'aquesta certesa, l'informe té per objectiu transmetre als directius i responsables de les organitzacions del sector a entendre la importància i la urgència d'aprofitar aquest potencial del “big data” i encoratjar-los a incorporar aquest enfocament basat en la presa de decisions que se'n deriva “data to drive decisions” o DDD.

Però què es això de “big data”? Es tracta d'un terme inexacte que s'utilitza comunament per referir-se a l'augment del volum, la velocitat i la varietat de les dades derivades de la tecnologia digital i, en particular, la quantitat de dades que s'origina en les xarxes digitals.

Els autors estableixen un procés de maduració en l'ús de les dades en la presa de decisions (DDD) que culminarien en un tercer nivell (DDD3) que es caracteritzaria per un enfocament integrat centrat en el client-usuari de totes les dades generades tant en entorns físics com digitals i la substitució dels indicadors de “outputs” pels d'impactes en la gestió i la governança d'organitzacions i sistemes.

Segons un informe recent del McKinsey Global Institute es detecten beneficis potencials derivats d'aquesta metodologia en 5 aspectes: segmentació d'audiències i costumització d'activitats; transparència; suport a la presa de decisions o fins i tot la seva automatització; facilitació de l'experimentació i innovació sobre nous models de negoci i serveis. A més a més, aquesta metodologia es presenta com la més adequada que s'ha establert fins ara per mesurar els valors de la cultura, i més específicament els valors “intrínsecs” segons la definició de J.Holden, és a dir, els que es podrien considerar com a més “resistents” a ser mesurats, de forma que constitueix una oportunitat per a les organitzacions culturals per comprendre el valor cultural que creen així com explicar-lo als seus usuaris i patrocinadors.

En definitiva, “comptar allò que realment compta”, però serà aquesta la bona...?

PDF [Counting What Counts](#) [2]

[Inicia sessió](#) [3] o [registra't](#) [4] per enviar comentaris

**Etiquetes:** dades massives

**Etiquetes:** valor



**Etiquetes:** mesurar

**Etiquetes:** indicadors

**Etiquetes:** governança

- [5]

**URL d'origen:** <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2013/03/11/counting-what-counts-what-big-data-can-do-for-the-cultural-sector>

**Enllaços:**

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

[2] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E130055.pdf>

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

[4] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[5] <https://interaccio.diba.cat/node/3352>